

## Transmedialidad y Narrativas Transmedia en la era de la Comunicación Digital Interactiva: El Caso de los Periódicos

### Transmediality and Transmedia Narratives in the age of Interactive Digital Communication: The Case of Newspapers

Franklin Gustavo Santin-Picoita<sup>1</sup>, Walter-Federico Gadea<sup>2</sup> y Eduardo Fabio Henríquez-Mendoza<sup>3</sup>



✓ Recibido: 11/octubre/2023

✓ Aceptado: 14/febrero/2024

✓ Publicado: 29/mayo/2024

📖 Páginas: desde 235-242

🌐 País

<sup>1</sup>Ecuador

<sup>2</sup>España

<sup>3</sup>Ecuador

🏛️ Institución

<sup>1</sup>Universidad Nacional de Loja

<sup>2</sup>Universidad de Huelva

<sup>3</sup>Universidad Nacional de Loja

✉️ Correo Electrónico

<sup>1</sup>[franklin.santin@unl.edu.ec](mailto:franklin.santin@unl.edu.ec)

<sup>2</sup>[walgadea@hotmail.com](mailto:walgadea@hotmail.com)

<sup>3</sup>[eduardo.henriquez@unl.edu.ec](mailto:eduardo.henriquez@unl.edu.ec)

🆔 ORCID

<sup>1</sup><https://orcid.org/0000-0002-3852-047X>

<sup>2</sup><https://orcid.org/0000-0001-9120-4866>

<sup>3</sup><https://orcid.org/0000-0001-6102-9809>

🗨️ Citar así: APA / IEEE

Santin-Picoita, F., Gadea, W. & Henríquez-Mendoza, E. (2024). Transmedialidad y Narrativas Transmedia en la era de la Comunicación Digital Interactiva: El Caso de los Periódicos. *Revista Tecnológica-Educativa Docentes 2.0*, 17(1), 235-242. <https://doi.org/10.37843/rted.v17i1.464>

F. Santin-Picoita, W. Gadea y E. Henríquez-Mendoza, "Transmedialidad y Narrativas Transmedia en la era de la Comunicación Digital Interactiva: El Caso de los Periódicos", RTED, vol. 17, n.º 1, pp. 235-242, may. 2024.

235

#### Resumen

La transmedialidad es la capacidad de una historia o narrativa para expandirse a través de múltiples plataformas y medios. La investigación tuvo objetivo analizar la adaptación y transformación de las narrativas en el contexto de la comunicación digital interactiva, con un enfoque específico en la industria de los periódicos. Dado el escaso número de investigaciones en este campo, partimos de un enfoque cualitativo que permitió una revisión exhaustiva de la literatura existente para contextualizar el tema, identificar conceptos clave y resumir los resultados de investigaciones previas. La recopilación de investigaciones, teorías y conceptos relacionados con la transmedialidad y las narrativas transmedia. Destacando que los medios de comunicación se encuentran actualmente inmersos en la transmedialidad, en respuesta a la creciente demanda de una experiencia de comunicación digital interactiva por parte de los usuarios. Para lograrlo, están adoptando estrategias transmedia. Como resultados, este estudio aporta al debate como, una base para comprender la relevancia de la transmedialidad en el periodismo, en particular, en la industria de los periódicos. En conclusión, se identifica cómo la aplicación de enfoques transmedia puede mejorar significativamente la comunicación digital interactiva en la actualidad. Asimismo, se logra el aporte al vacío investigativo en este campo y contribuyendo a la literatura y el campo disciplinar.

**Palabras clave:** Transmedialidad, narrativas, periodismo, interactiva, adaptación.

#### Abstract

Transmediality is the ability of a story or narrative to expand across multiple platforms and media. The research aimed to analyze the adaptation and transformation of narratives in interactive digital communication, with a specific focus on the newspaper industry. Given the small number of research in this field, we started with a qualitative approach that allowed an exhaustive review of the existing literature to contextualize the topic, identify key concepts, and summarize the results of previous research. The compilation of research, theories, and concepts related to transmediality and transmedia narratives. It highlights that the media are currently immersed in transmediality in response to the growing demand for an interactive digital communication experience by users. To achieve this, they are adopting transmedia strategies. As a result, this study contributes to the debate as a basis for understanding the relevance of transmediality in journalism, particularly in the newspaper industry. In conclusion, it is identified how applying transmedia approaches can significantly improve interactive digital communication today. Likewise, the contribution to the research gap in this field is achieved and contributes to the literature and the disciplinary field.

**Keywords:** Transmediality, narratives, journalism, interactive, adaptation.

## Introducción

La transmedialidad es la capacidad de una historia o narrativa para expandirse a través de múltiples plataformas y medios. En la era de la comunicación digital interactiva, la audiencia se ha vuelto más conectada y exigente, lo que ha llevado a los periódicos a enfrentar desafíos constantes y a reinventarse (Rost, 2006a). Scolari (2013a) destaca la expansión de internet y los videojuegos como elementos esenciales en la transformación del ecosistema mediático. Asimismo, los términos “narrativa” y “transmedia” han ganado popularidad y han sido explorados por los académicos Kinder (1991), Jenkins (2006) y Scolari (2013b). Estos teóricos nos brindan una comprensión y análisis de la transmedialidad y las narrativas transmedia, cada uno desde su propia perspectiva única (Sepúlveda-Cardona & Suárez-Quinceno, 2016).

Internet ha revolucionado la comunicación al involucrar directamente a los usuarios en la narrativa y eliminar la linealidad de los medios analógicos (Paredes Otero, 2022). En esta era, la comunicación otorga a los usuarios un papel interactivo y participativo, brindando retroalimentación instantánea y transformando la forma en que consumimos y nos involucramos con la información (Suárez Mouriño, 2021). La transmedialidad y las narrativas transmedia son fundamentales para la difusión y el enganche del público en la actualidad, permitiendo que una historia se disperse y enriquezca a través de diversas plataformas (Cavaller, 2020; Hinojosa, 2019; Barboza, 2015). Scolari, en "Narrativas transmedia: cuando todos los medios cuentan", explora técnicas para incrementar la participación y resonancia de las historias en el público.

En el periodismo contemporáneo, se plantean retos como la viralización de contenidos y la estimulación de la curiosidad del público para que este explore y se involucre de manera activa. Scolari profundiza en cómo mantener la coherencia narrativa, presentar múltiples enfoques, sumergir al público, integrar la información periodística en la cotidianidad y motivar a la audiencia hacia la acción (Scolari, 2013c). El estudio explora los conceptos de narrativas transmedia y su impacto en la transformación de los periódicos en la era digital

(Cervi er at., 2022; Jenkins, 2006), buscando ampliar y analizar la adaptación y transformación de las narrativas en el contexto de la comunicación digital interactiva, con un enfoque específico en la industria de los periódicos.

Las narrativas transmedia se han estudiado desde diversas perspectivas, demostrando su relevancia y adaptabilidad en el contexto digital (Aguirre, 2017). A pesar de la amplia investigación, emergen áreas como la integración de inteligencia artificial en la creación de contenido y el impacto de las nuevas tecnologías en las narrativas, requiriendo exploración adicional. Con la evolución constante de la transmedialidad, la necesidad de investigación profunda y variada crece en estos y otros campos relacionados (De Montserrat Gil Cruz, 2019; Aguirre, 2017). La investigación tuvo objetivo analizar la adaptación y transformación de las narrativas en el contexto de la comunicación digital interactiva, con un enfoque específico en la industria de los periódicos.

## Metodología

Para abordar el estudio sobre la adaptación y transformación de las narrativas en los periódicos en el contexto de la comunicación digital interactiva, se llevó a cabo una metodología rigurosa que incluyó una revisión exhaustiva de la literatura existente (Calle, 2016). Esta revisión se fundamentó en la recopilación de investigaciones, teorías y conceptos relacionados con la transmedialidad y las narrativas transmedia, así como en la identificación de investigadores y académicos que han realizado contribuciones significativas en este ámbito.

El propósito de esta revisión era contextualizar el tema y analizar los resultados de investigaciones previas y otros descubrimientos relevantes. En este contexto, se destacan las aportaciones de autores de renombre en el campo de la transmedialidad y las narrativas transmedia. Entre ellos, se mencionan los trabajos de Marsha Kinder (1991), cuyas investigaciones han arrojado luz sobre aspectos esenciales de la narrativa transmedia. Asimismo, se considera la influencia de Jenkins (2006), un académico que ha contribuido significativamente a la comprensión de la transmedialidad y su

relevancia en la cultura contemporánea. Además, se reconoce la labor de Scolari (2013b), cuyos escritos han ayudado a la discusión en torno a las narrativas transmedia.

En el marco de la metodología, se llevó a cabo la identificación de conceptos clave, teorías y enfoques pertinentes para una comprensión más profunda de la transmedialidad y las narrativas transmedia en el ámbito del periodismo. Particularmente, se exploraron los principios del periodismo transmedia, basándose en las investigaciones y trabajos previos de Carlos Scolari. Esto permitió una visión más precisa de cómo se aplican estos siete principios como expansión vs. profundidad, continuidad vs. multiplicidad, inmersión vs. extraibilidad, construcción de mundos, serialidad, subjetividad y realización en el contexto específico de los periódicos y cómo pueden contribuir a la adaptación de las narrativas periodísticas a la comunicación digital interactiva.

Por último, se realizó un análisis de diversas investigaciones y estudios de caso que abordan la implementación de narrativas transmedia en una variedad de medios y contextos, que van más allá del ámbito periodístico, incluyendo videojuegos, televisión y cine. Entre los autores y académicos cuyos trabajos se revisaron se encuentran Grandío, Susana Pajares Tosca, Gonzalo Frasca, Lejarza Ortiz, Carrión, Mateu, Roig, Montecarlo, Staffans, Orihuela (2023), Gonzalo Frasca, Parreño y Barboza (2015). Este enfoque permitió una comprensión más holística de cómo los periódicos pueden aprender de las experiencias de otros campos para enriquecer y mejorar sus propias narrativas transmedia en el entorno de la comunicación digital interactiva.

## **Resultados**

Los hallazgos derivados de esta exhaustiva revisión de literatura arrojan luz sobre la profunda transformación que experimentan los periódicos en el contexto de la comunicación digital interactiva. En esta era caracterizada por una audiencia altamente conectada y

participativa, los periódicos se enfrentan a la imperiosa necesidad de reinventarse para mantener su relevancia y atractivo. La adopción de narrativas transmedia y la consideración de la transmedialidad emergen como estrategias cruciales para su supervivencia y para cautivar a una audiencia cada vez más exigente y dispersa en un entorno digital saturado de información.

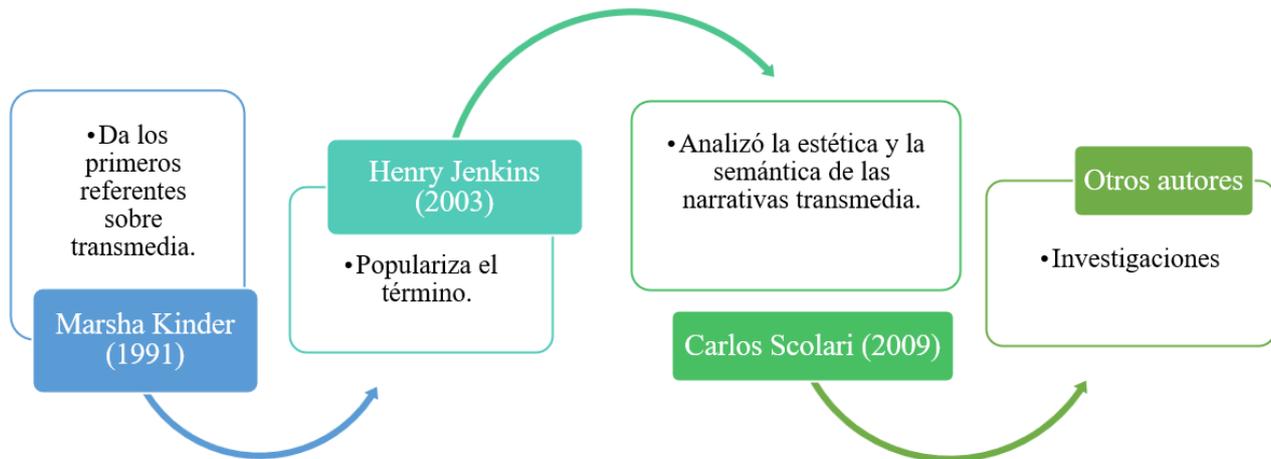
El periodismo, como industria y práctica, se ha visto influenciado por estas evoluciones, adaptando estrategias transmedia para contar historias noticiosas de manera más atractiva y participativa. La integración de elementos transmedia en la narración de noticias no solo amplía el alcance y la profundidad de las historias, sino que también invita al público a participar activamente en el proceso de recepción e interpretación de la información. Su interrelación con el concepto de transmedia, ha posibilitado el camino para un entendimiento profundo de cómo las historias pueden extenderse a través de diferentes medios.

La transmedialidad también ha posibilitado establecer las bases para reconocer su potencial para transformar tanto la producción como el consumo de historias. Asimismo, los elementos estéticos y semánticos se entrelazan para formar experiencias narrativas complejas y multiplataforma. Este enfoque multidimensional para la creación de contenido permite a una historia expandirse más allá de un solo medio, ofreciendo una experiencia única y envolvente que puede ser explorada a través de varios formatos y plataformas, gracias ha postulado como los presentados en la siguiente Figura 1.

Además de estos destacados contribuyentes, muchos otros autores han llevado a cabo investigaciones que han expandido el campo de la narrativa transmedia, explorando nuevas dimensiones y aplicando el concepto a diversos contextos culturales y mediáticos. Estos estudios han ayudado a dilucidar el poder de las narrativas transmedia para involucrar a las audiencias de maneras innovadoras y para crear comunidades de seguidores comprometidos en torno a universos narrativos expansivos.

Figura 1

Evolución del Concepto.



Nota. Adaptado de Transmedia literacy e intertextualidad, por Sepúlveda Cardona, E. A. y Suárez Quinceno, C., 2016, Medellín, Universidad Católica Luis Amigó. <https://n9.cl/5p11gl>

El estudio identificó siete principios fundamentales del periodismo transmedia, extraídos de diversas fuentes de investigación y académicas, que ofrecen una guía valiosa para la implementación efectiva de narrativas transmedia en el ámbito de los periódicos:

- 1. Expansión vs. Profundidad:** el primer principio subraya la importancia de equilibrar la difusión de la historia a través de prácticas virales en las redes sociales con la profundización en la trama, lo que permite la identificación de seguidores auténticos y comprometidos.
- 2. Continuidad vs. Multiplicidad:** se enfatiza la necesidad de mantener un hilo conductor coherente en las diferentes plataformas, a pesar de la diversidad de medios utilizados, para que la audiencia pueda seguir la narrativa de manera consistente.
- 3. Inmersión vs. Extraibilidad:** la tercera directriz resalta la importancia de sumergir al público en la historia, al mismo tiempo que se les brinda la posibilidad de extraer elementos del relato original y llevarlos a su vida cotidiana.
- 4. Construcción de Mundos:** la coherencia y la fidelidad al concepto original

emergen como elementos fundamentales en la creación de universos narrativos transmedia, garantizando así una experiencia de lectura cohesiva y satisfactoria.

- 5. Serialidad:** se promueve la idea de que los elementos visuales y narrativos no deben seguir una secuencia lineal tradicional, sino que deben distribuirse a lo largo de una trama extensa que abarque múltiples medios, fomentando la exploración no lineal de la historia.
- 6. Subjetividad:** se subraya la importancia de crear y potenciar personajes e historias que permitan la expansión y la creación de nuevas situaciones y personajes, enriqueciendo de esta manera la narrativa y profundizando la conexión con la audiencia.
- 7. Realización:** el último principio enfatiza que los prosumidores, es decir, los productores y consumidores, deben desempeñar un papel activo en la expansión y reinterpretación de la historia, promoviendo la participación y la co-creación en la experiencia del lector.

Este análisis se ha apoyado en la revisión minuciosa de investigaciones, teorías y conceptos relacionados con la transmedialidad y las narrativas transmedia. Destacados académicos e investigadores, como Kinder (1991), Jenkins (2006) y Scolari (2013c), han proporcionado una base teórica sólida sobre la cual se ha construido este estudio.

La transmedia ha emergido como un campo de estudio interdisciplinario que afecta profundamente a las formas en que se cuentan historias, así como a la producción, distribución y consumo de contenidos en la era digital. Las investigaciones resumidas en la Tabla 1 "Áreas de estudio abordadas en la Transmedialidad" revelan la amplitud con la que el concepto se ha integrado en diversas áreas del conocimiento y prácticas profesionales. Autores como María del Mar Grandío, Susana Pajares Tosca, Gonzalo Frasca, y José Martí Parreño, entre otros, han contribuido al entendimiento de cómo las narrativas transmedia pueden ser aplicadas en medios tan variados como el videojuego, la televisión, el cine y el periodismo.

**Tabla 1**  
*Áreas de Estudio Abordadas en la Transmedialidad.*

Autor	Investigación
Henry Jenkins	Boom de las narrativas transmedia
<b>María del Mar Grandío</b>	Transmedia y la ciencia ficción
<b>Susana Pajares Tosca</b>	Videojuegos y narrativas transmedia
<b>Mikel Lejarza Ortiz</b>	Producción transmedia de origen televisivo
<b>Fernando Carrión</b>	Producción transmedia en España
<b>Montecarlo</b>	Importancia del storytelling
<b>Simon Staffans</b>	Producción transmedia y nuevos modelos de negocio
<b>Antoni Roig</b>	Narrativas transmedia de origen cinematográfico
<b>Peter Cooper</b>	Operation Chastity
<b>Christy Dena</b>	Estrategias de producción transmedia, consumidores y diseño narrativo
<b>Gustavo Gontijo</b>	Producción transmedia en Brasil
<b>Marc Mateu</b>	Producción transmedia en la televisión pública catalana
<b>José Luis Orihuela</b>	Blogs, redes sociales y periodismo transmedia
<b>Gonzalo Frasca</b>	Videojuegos, periodismo y newsgaming
<b>Álvaro Luzzi</b>	Malvinas30

<b>Siobhan O'Flynn</b>	Documental interactivo y transmedia
<b>Miguel Salerno</b>	Fragmentación de las audiencias y segundas pantallas
<b>Lizzie Jackson</b>	Comunidades virtuales en la BBC
<b>Carlos Azaustre</b>	Pardillos
<b>Sean Stewart</b>	The Beast
<b>María Ivern</b>	Las Tres Mellizas
<b>José Martí Parreño</b>	Narrativas transmedia y nuevas formas de marketing
<b>Nicolás Alcalá</b>	El cosmonauta

*Nota.* Adaptado de *Narrativas transmedia: Cuando todos los medios cuentan*, por Scolari, 2013, Grupo Planeta Spain. <https://n9.cl/pieyh>

Este análisis diverso resalta la relevancia de la transmedia, destacando que no se trata de una moda efímera, sino de un cambio significativo en la manera de entender y construir la narrativa y comunicación actuales. Por ejemplo, las contribuciones de Mikel Lejarza Ortiz, Fernando Carrión, y Marc Mateu iluminan cómo la televisión está adoptando estrategias transmedia para crear contenidos más ricos y envolventes. De manera similar, investigadores como Antoni Roig y Montecarlo exploran la aplicación de la transmedia en el cine y la importancia del storytelling, respectivamente, señalando cómo cada medio puede ofrecer experiencias narrativas únicas y potentes.

En última instancia, se ha explorado una variedad de estudios de caso e investigaciones que demuestran valiosas lecciones de experiencias transmedia en diferentes campos. Estas lecciones son particularmente pertinentes para el periodismo, donde profesionales y académicos como Orihuela (2023) & Barboza (2015) examinan cómo los periódicos pueden mejorar su narrativa transmedia mediante la aplicación de estrategias exitosas de otros medios. La integración de la transmedia en el periodismo sugiere un futuro en el que la información no solo se presenta, sino que también se experimenta, ofreciendo un nivel de *engagement* e interactividad sin precedentes.

En conjunto, estos principios ofrecen una sólida guía para que los periódicos diseñen experiencias de lectura más inmersivas y participativas, a través de la implementación de diversos formatos y medios, como imágenes,

videos, gráficos interactivos y redes sociales. Esto, en última instancia, les permitirá mantenerse relevantes en el entorno de la comunicación digital interactiva y satisfacer las demandas de una audiencia cada vez más exigente.

### Discusión

La transmedialidad ha demostrado ser un campo de estudio vibrante y evolutivo, con diversos investigadores explorando su potencial desde múltiples ángulos (Scolari, 2013c). Esto es particularmente relevante en el contexto de los periódicos, ya que la era digital ha obligado a estas antiguas instituciones a reevaluar y adaptar sus métodos de diseminación de información. El trabajo de varios autores proporciona un entendimiento profundo y matizado sobre cómo los periódicos pueden abordar esta transición (Rost, 2006b).

La transmedialidad ha revolucionado la forma en que los periódicos presentan y difunden información. Los periódicos están enfrentando el desafío de mantenerse relevantes en la era de la comunicación digital interactiva, donde los usuarios participan activamente en la narrativa (Cantos García & Cumba Castro, 2018). Las narrativas transmedia ofrecen una oportunidad única para involucrar a los lectores en una experiencia de noticias más rica y enriquecedora.

De acuerdo con Jenkins (2006), quien estudió el auge de las narrativas transmedia, argumenta que la convergencia de medios ha transformado la forma en que consumimos historias. Las narrativas ya no están restringidas a un solo medio, sino que se extienden a través de varios, cada uno aportando una pieza única al rompecabezas narrativo (Dioses et al., 2017). En el contexto de los periódicos, esto podría traducirse en combinar el texto escrito con contenido multimedia, redes sociales y foros interactivos para proporcionar una experiencia de noticias más rica y en profundidad.

Por otro lado, los investigadores como Susana Pajares Tosca y Gonzalo Frasca han analizado la relación entre los videojuegos y las narrativas transmedia. Este enfoque lúdico de la narrativa puede ser útil para los periódicos en la creación de experiencias de noticias interactivas que atraigan y retengan a la audiencia.

Además, el trabajo de Christy Dena y Lizzie Jackson se centra en las estrategias de producción transmedia y su interacción con los consumidores. En un ecosistema de noticias cada vez más saturado, los periódicos deben considerar cómo pueden producir contenido que no solo informe, sino que también involucre a los lectores en diálogos significativos (Silva-Rodríguez et al., 2022). Este es un desafío considerable, pero esencial para mantener la relevancia en el siglo XXI.

En el ámbito del periodismo, Orihuela (2023) ha explorado el potencial de las redes sociales y los blogs en la creación de narrativas transmedia. Esta es una lección valiosa para los periódicos, ya que las plataformas de redes sociales pueden actuar como una extensión de su contenido, permitiendo a los lectores interactuar con las noticias de una manera más personal y significativa (Orihuela, 2023). Sin embargo, esta transformación no está exenta de desafíos, como mantener la calidad periodística y ética mientras se experimenta con nuevos formatos y medios. Es crucial que los periódicos mantengan su integridad informativa a medida que se adaptan a las narrativas transmedia.

### Conclusión

La transmedialidad ha demostrado ser una herramienta eficaz para reinventar la forma en que los periódicos presentan y difunden información. A través de la adopción de narrativas transmedia, los periódicos pueden proporcionar una experiencia de noticias más rica y atractiva para sus lectores, manteniendo al mismo tiempo su relevancia en un mundo cada vez más digital.

Sin embargo, la transición a las narrativas transmedia no está exenta de desafíos. Los periódicos deben considerar cuidadosamente cómo pueden equilibrar la necesidad de experimentación y adaptación con la necesidad de mantener la calidad y la ética periodística. Este es un acto de equilibrio delicado y, como señala Gonzalo Frasca en su estudio sobre videojuegos y periodismo, requerirá un enfoque innovador y reflexivo.

La transmedialidad y las narrativas transmedia son herramientas poderosas para el periodismo en la era digital. Los periódicos

tienen un camino emocionante por delante, donde pueden experimentar, interactuar con los lectores de nuevas formas y mantenerse relevantes en un mundo mediático en constante evolución. A medida que la transmedialidad continúa evolucionando, también lo hará la necesidad de investigaciones más profundas y variadas en este campo.

A pesar de estos desafíos, el futuro de los periódicos en la era de la transmedialidad es prometedor. Como han demostrado autores como Orihuela (2023) y Dena, las narrativas transmedia ofrecen a los periódicos una oportunidad única para interactuar con los lectores de formas nuevas y significativas. Ya sea a través de las redes sociales, el contenido multimedia interactivo, o incluso la realidad virtual y la inteligencia artificial, las posibilidades son prácticamente ilimitadas.

Dicho esto, es crucial que los periódicos no pierdan de vista sus principios fundamentales en medio de esta evolución. Como apunta Antoni Roig en su investigación sobre las narrativas transmedia en el cine, es esencial que los periódicos sigan proporcionando información precisa y fiable, independientemente del medio que utilicen.

Finalmente, mientras que las narrativas transmedia ofrecen una multitud de oportunidades para los periódicos, también es esencial que se realicen más estudios para entender mejor sus implicaciones a largo plazo. Como sugiere Staffans en su estudio sobre la producción transmedia y los nuevos modelos de negocio, aún estamos en las primeras etapas de comprender plenamente cómo la transmedialidad puede remodelar el periodismo y el papel que juegan los periódicos en la sociedad. Los periódicos tienen un camino desafiante pero emocionante por delante en la era de la transmedialidad. Con cuidado, reflexión y experimentación, pueden no solo sobrevivir en este nuevo paisaje, sino también prosperar de maneras que ni siquiera podemos imaginar todavía.

## Referencias

Aguirre, S.A. (2017). *Cultura transmedia en la construcción de experiencias educativas universitarias innovadoras*.

- Barboza, L. (2015). *Los 7 principios de la narrativa transmedia según Henry Jenkins*. <https://n9.cl/9gypj>
- Calle, L. (2016). *Metodologías para hacer la revisión de literatura de una investigación*. <https://n9.cl/0qjpt>
- Cantos García, J., & Cumba Castro, E.A. (2018). Periodismo en las Redes Sociales y las Nuevas Narrativas dentro de la Comunicación Digital. *Ciencia Sociales y Económicas*.
- Cavaller, V. (2020). *Cross-, hiper-, transmedialidad y otros neologismos afines*. <https://doi.org/10.7238/c.n97.2019>
- Cervi, L., Tejedor Calvo, S., & Robledo-Dioses, K. (2022). Comunicación digital y ciudad: Análisis de las páginas web de las ciudades más visitadas en el mundo en la era de la Covid-19. *Revista Latina de Comunicación Social*.
- De Montserrat Gil Cruz, V. (2019). Gráficos animados en diarios digitales de México. Cápsulas informativas, participativas y de carácter lúdico. *Cuadernos del Centro de Estudios de Diseño y Comunicación*.
- Dioses, K. L., Rojas, T., & Moreno, H.P. (2017). De la comunicación multimedia a la comunicación transmedia: una revisión teórica sobre las actuales narrativas periodísticas. *Estudios Sobre El Mensaje Periodístico*, 23, 223-240.
- Hinojosa, H. (2019). *Hacia una propuesta para el fomento de la lectura literaria en los/as jóvenes desde el intertexto, el hipertexto y la narrativa transmedia*.
- Jenkins, H. (2006). *Convergence Culture. Where Old and New Media Collide*. NYU Press. <https://n9.cl/gm9j>
- Kinder, M. (1991). *Playing with Power in Movies, Television, and Video Games: From Muppet Babies to Teenage Mutant Ninja Turtles*. University of California Press. <https://doi.org/10.1525/9780520912434>
- Orihuela, J. L. (2023). Entrevista a José Luis Orihuela: Innovación tecnológica, medios y formación profesional. *Inmediaciones de la Comunicación*, 18(2), 323-327. Epub 01 de diciembre de 2023. <https://doi.org/10.18861/ic.2023.18.2.3495>
- Paredes Otero, G. (Coord.). (2022). Narrativas y usuarios de la sociedad transmedia, 59. <https://n9.cl/y43ik>
- Rost, A. (2006a). *La interactividad en el periódico digital*. Universitat Autònoma de Barcelona.
- Rost, A. (2006b). *La interactividad en el periódico digital*. Universitat Autònoma de Barcelona.
- Scolari, C. A. (2013a). *Narrativas transmedia: Cuando todos los medios cuentan*. <https://n9.cl/f98orz>
- Scolari, C. A. (2013b). *Narrativas transmedia: Cuando todos los medios cuentan*. Grupo Planeta Spain, 2013. <https://n9.cl/gxpr7>
- Scolari, C. A. (2013c). *Narrativas transmedia: Cuando todos los medios cuentan*. <https://n9.cl/f98orz>
- Sepúlveda Cardona, E. A., & Suárez Quinceno, C. (2016). *Transmedia literacy e intertextualidad*. Universidad Católica Luis Amigó. <https://n9.cl/oybjn>

Silva-Rodríguez, A., Vázquez-Herrero, J., & Negreira-Rey, M. (2022). Actualización de las fases del contenido periodístico para dispositivos móviles. *Revista de Comunicación*.

Suárez Mouriño, A. (2021). El usuario interactivo y su rol como actante y narratario en el consumo de narrativas ludoficcionales con elementos transmedia. *Virtualis*, 12(22), 1–17. <https://doi.org/10.2123/virtualis.v12i22.367>