

La expansión de las narrativas transmedia en los videojuegos de las empresas de streaming. Los videojuegos en Netflix: *Stranger Things 1984* y *Narcos: Cartel Wars Unlimited*

The expansion of transmedia narratives in the video games of streaming companies. Video games on Netflix: *Stranger Things 1984* and *Narcos: Cartel Wars Unlimited*

3

ARTÍCULO



Ana Sixchel Galicia Martínez

Universidad Nacional Autónoma de México

Ana Sixchel Galicia Martínez cursó la Licenciatura en Ciencias de la Comunicación en la Universidad Nacional Autónoma de México (UNAM) y actualmente está realizando la Maestría en Comunicación en la misma institución. En su trayectoria profesional, se ha destacado como publicista, comunicóloga empresarial y diseñadora instruccional en distintas empresas. Por lo que actualmente sus líneas de investigación académica se han enfocado a nuevas tecnologías, publicidad, relaciones entre medios y streaming; áreas en las que ha realizado diversas contribuciones como ponencias nacionales e internacionales, retribución social en otros institutos de la UNAM y apoyo a la docencia en distintas modalidades.

ORCID: <https://orcid.org/0009-0007-2857-446X>

a_sixel@comunidad.unam.mx

RECIBIDO: 2024-03-30 / 2024-07-11

Resumen

El presente artículo se enfoca en el análisis de las narrativas transmedia a través de la plataforma de *streaming* Netflix. Desde el año 2021, esta empresa ha expandido sus contenidos más allá del video, como parte de sus estrategias mediáticas de comunicación, al incorporar videojuegos dentro de la suscripción mensual a su plataforma. Estos juegos tienen el valor

agregado de pertenecer a las narrativas originales de los contenidos, no contener comerciales, ni pagos extra dentro de la aplicación.

Por ello, se examinan las similitudes y diferencias entre dos series y sus respectivos videojuegos: *Stranger Things* y *Narcos*, junto con *Stranger Things 1984* y *Narcos: Cartel Wars Unlimited*. Ambas series han marcado significativamente el despliegue de las narrativas en otros medios.

Mediante un enfoque narrativo-hermenéutico, se exploran las categorías de personajes, espacios, tiempo, estilo narrativo, participación de la audiencia y estructura narrativa en los contenidos mencionados. Esto permite investigar las estrategias y formas en las que se configuran las narrativas transmedia para mantener la coherencia y participación de los usuarios.

Palabras clave

Streaming, transmedia, análisis narrativo, Netflix, videojuegos

Abstract

This article focuses on the analysis of transmedia narratives through the Netflix streaming platform. Since 2021, this company has expanded its content beyond video, incorporating video games within its monthly subscription, which have the added value of belonging to the original narratives of the content, not containing commercials or extra payments within the app.

Therefore, the objective is to examine the similarities and differences between two series and their respective video games: *Stranger Things* and *Narcos*, along with *Stranger Things 1984* and *Narcos: Cartel Wars Unlimited*; since both have significantly marked the deployment of narratives to other media.

Using a narrative-hermeneutic approach, the categories of characters, spaces, time, narrative style, audience participation and narrative structure in the aforementioned content are explored. This allows to investigate the strategies and ways in which transmedia narratives are configured to maintain coherence and user participation.

Key words

Streaming, transmedia, narrative analysis, Netflix, video games

1. INTRODUCCIÓN

Las narrativas transmedia han ido en aumento en los últimos años. Esto ha permitido ofrecer novedosas herramientas de interacción a los usuarios y abrir nuevas vías para seguir expandiendo las historias originales que tanto han gustado en las pantallas y han migrado a otros formatos.

Con ello, el surgimiento y consolidación del *streaming* vino a apoyar esta diversificación de relatos en la era digital, ya que ha permitido desplegar los universos narrativos a otros modos más interactivos, vivos, dinámicos y cercanos a sus fans.

En ese sentido, la presente investigación busca examinar el fenómeno de las narrativas transmedia en contenidos de *streaming*, por lo que

-para obtener una mayor profundidad y comprensión del tema- el presente texto se divide en distintos apartados para su análisis. Así, se revisará el concepto de streaming, narrativas transmedia, el mercado en auge de los videojuegos, ejemplos relevantes que se utilizarán como caso de estudio, una metodología narrativa-hermenéutica y los hallazgos significativos.

Asimismo, debido a la importancia y al valor en el mercado de los videojuegos, se analizan los casos específicos de la empresa de *streaming* con más suscriptores en el mundo: Netflix. En ella, se hace un primer acercamiento, tanto de sus series (*Stranger Things* y *Narcos*), como de sus juegos, que pertenecen a la misma empresa (*Stranger Things 1984* y *Narcos: Cartel Wars Unlimited*). Esto se debe a que proporcionan un terreno importante en el streaming, lo que

permite analizar el porvenir de las narrativas transmedia.

Por último, este contenido engloba una exploración detallada de los aportes académicos para identificar las contribuciones subyacentes de las narrativas. Así, estas pueden trasladarse al campo de la transmisión de contenidos de internet, sin la necesidad de descargas (como lo son los videojuegos y las series). Esto ofrece una visión de las similitudes y diferencias entre las tramas de ambos contenidos, para comprender cómo se desarrollan, fusionan y reflejan los contenidos transmedia.

Este acercamiento no solo permite apreciar las estrategias de este tipo de narrativas para mantener la coherencia con la historia original, sino también permite reconocer las oportunidades para innovar en este nuevo paradigma narrativo, que forma parte de una estrategia de comunicación mediática.

1.1. STREAMING, NETFLIX Y VIDEOJUEGOS

La forma en la que consumimos contenidos ha cambiado significativamente en los últimos años, con la aparición del internet y los servicios de *streaming*. Anteriormente, la televisión era el principal medio de entretenimiento, que se caracterizaba por tener una programación y horario fijo, lo cual limitaba la elección de contenido de los espectadores. Sin embargo, aquellas barreras que parecían que permeaban el futuro de la industria, gracias a la Web (Cebrián, 2000), se han transformado en un buffet a la carta de diversos tipos de contenidos que pueden ser consumidos sin estar sujetos a horarios ni lugares específicos.

En ese sentido, si se analiza detenidamente, el término *streaming* se emplea para hacer refe-

rencia a plataformas, modalidades de consumo, marcas comerciales, entre otros aspectos. Es evidente que este concepto aún no está completamente definido en el discurso y el pensamiento contemporáneo, dado que ha permeado el lenguaje cotidiano para describir, de manera general, la transmisión de contenidos a través de internet. No obstante, las definiciones académicas han evolucionado para adaptarse a la inclusión de nuevos sectores y tipos de contenido, lo que ha llevado a la incorporación de elementos actualizados. A continuación, se realiza un análisis histórico y conceptual para profundizar en este tema.

En un primer momento, a pesar de la apariencia de novedad que pueda tener el término, la historia revela que el tránsito de la red a la *World Wide Web* (creada por el Consejo Europeo de Investigación Nuclear) marcó un hito histórico crucial para el futuro de internet. En 1985, apenas unos años después de su creación, logró conectar diversas universidades y, de manera aún más impactante, en 1990 la legendaria banda de música *Rolling Stones* promocionó su espectáculo *Voodoo Lounge* mediante la primera transmisión en vivo por internet de la historia. Esta transmisión fue realizada en el Estadio *Cotton Bowl* en Estados Unidos.

Por ello, al existir este tipo de ofertas de contenidos a través de la web, la demanda mundial comenzó a exigir una conexión a internet en sus países. Esto se hizo realidad rápidamente, y para 1995 se desarrollaron las primeras versiones de reproductores de música que utilizaban la nube; un ejemplo de ello fue la empresa de reproducción multimedia llamada *RealPlayer*, que acuñó por primera vez el término de *streaming*, para referirse a la forma de transmitir contenido sin necesidad de descargarlo.

Sin embargo, la plataforma YouTube, a partir de su lanzamiento en 2005, marcó significativamente este tipo de transmisiones, al democratizar la producción y el consumo de contenido audiovisual en línea, ya que permitió que cualquier persona con conexión a internet pudiera hacer sus propios videos de manera fácil y accesible. Al mismo tiempo, proporcionó la oportunidad de descubrir y disfrutar de una amplia gama de contenido, oficial o de otros usuarios, sin necesidad de almacenarse en las computadoras; es importante aclarar que, en ese momento, un gran problema era el espacio de almacenamiento en dispositivos.

Como resultado, las distintas conceptualizaciones teóricas que se le ha otorgado al término, en algunos momentos parecen “quedarse cortas” para abarcar su impacto en la vida real. Este entorno se caracteriza por un constante desarrollo, que incorpora nuevos elementos, marcas y sectores. Es importante recordar que la traducción literal del inglés del término *streaming* hace referencia a los “arroyos” o “corrientes”.

Para fines del presente trabajo, y para poder trabajar con una conceptualización del término, se define como la transferencia de datos ordenados (Follansbee, 2004) para difundir audio, video y multimedia (Rayburn & Hoch, 2005) que se puede visualizar sin necesidad de descargarlo a través del Protocolo de Internet (NPLA, 2010). Esta transmisión se caracteriza por ser continua y debe poder transmitirse de forma sincrónica (en vivo) o asincrónica (en momentos posteriores).

En consecuencia, esta forma de transmisión puede dividirse en cuatro sectores: audio, video, videojuegos y contenido audiovisual. Así, se puede observar que algunos de ellos han convergido para agregar valor y seguir expan-

diendo las narrativas originales a otros sectores, como parte de su estrategia mediática. Esto lo demuestra el caso de la empresa Netflix, la cual será objeto de estudio en esta investigación.

Netflix es una empresa fundada en California, Estados Unidos, el 29 de agosto de 1997 por Reed Hastings y Marc Randolph. Sin embargo, inicialmente no comenzó con su servicio bajo demanda (es decir, dónde y cuándo lo quiera ver el espectador) por suscripción de pago, como actualmente lo conocemos; en sus inicios, ofrecía servicios de alquiler de DVD a través del correo postal. No fue hasta 2007 que adoptó su modelo actual, a través de computadoras personales, lo cual pronto se expandió a televisiones inteligentes y dispositivos portátiles, de manera global.

Según la página web Statista, en el último trimestre del año 2023 había 260.28 millones de suscriptores de Netflix en el mundo (Orús, 2024). Además, de acuerdo a la propia compañía, se encuentra presente en 190 países en el mundo, excepto en China, Crimea, Corea del Norte, Rusia y Siria. Por ello, representa una de las plataformas de video más consumidas a nivel mundial.

Mientras esta empresa se desarrollaba como una plataforma de *Streaming Video On Demand* (SVOD), la industria de los videojuegos, a través de esta modalidad de transmisión fue tomando fuerza y se consolidó como una de las de mayor valor en el mercado. En 2022, su valor era de aproximadamente 229.400 millones de dólares estadounidenses y se prevé que en 2027 llegue a los 401.32 millones (Orús, 2023), gracias a la migración de sus contenidos a este tipo de contenido en *streaming* y al surgimiento de nuevas empresas en este ámbito.

Si se consideran estos datos, la plataforma Netflix, además de seguir ofreciendo contenido audiovisual a través de *streaming*, en 2021 incursionó con su nuevo servicio de videojuegos incluido en sus suscripciones. Estos juegos ofrecen valores agregados como el crear diálogos narrativos entre sus producciones de series y películas, sin anuncios ni pagos extra dentro de la aplicación.

Lo anterior significa que esta incursión en el mundo de los videojuegos representa una gran apuesta por parte de Netflix. Por un lado, produce y reproduce series con producciones de alta calidad, pero también busca posicionarse dentro de la industria de los videojuegos, con base en sus contenidos más aclamados. Así, pretende seguir expandiendo tanto las experiencias como los universos de sus narrativas originales.

1.2. NARRATIVAS TRANSMEDIA

Desde la época antigua, los seres humanos han compartido historias a través de diversas narrativas, que se pueden encontrar en las pinturas rupestres, el teatro, el baile, la arquitectura, la mitología, la religión y la escritura, ya que ha sido un vínculo que une las culturas. Esto ayuda a transmitir conocimientos, genera emociones, “despierta, articula y clarifica la experiencia temporal” (Ricoeur, 1983, p.26). Así, se puede afirmar que estas historias se fundamentan en relatos.

Particularmente para este concepto, se revisa a Pimental (1998), quien define el relato como “una construcción progresiva, por la mediación de un narrador, de un mundo de acción e interacción humanas, cuyo referente puede ser real o ficcional” (p.10). Esto configura desde las

anécdotas simples hasta las grandes producciones en el cine o *streaming*, ya que se integran los personajes, episodios y una diversidad temporal en una unidad de sentido narrativo.

Así, se relaciona con el concepto de narrativa transmedia, el cual no es un término reciente, ya que autores como Moloney (2011) y Scolari (2013) plantean que, de alguna manera, las historias han sido contadas a lo largo del tiempo mediante múltiples medios desde hace siglos. No obstante, se cree que las narrativas transmedia modernas comenzaron a principios del siglo XX, con el auge de la publicidad. Esto sucedió porque, dentro del contexto capitalista, la publicidad se utilizó con fines económicos para captar la atención del público a través de diversos medios. Posteriormente, este enfoque fue adoptado por el ámbito de la comunicación, donde se convirtió en un recurso común en las estrategias de marca.

Sin embargo, ¿cuándo la noción de las narrativas transmedia se hizo pública, como parte de su planificación para dar a conocer los contenidos de forma inmersiva? Fue en 1999, cuando el éxito sin precedentes de la película *The Blair Witch Project* (1999), una producción de bajo presupuesto (60,000 dólares) generó grandes expectativas desde un año antes de su estreno, debido a que hicieron una página web falsa que se presentaba como una plataforma tipo proyecto de investigación sobre lo sucedido con los tres estudiantes. Esto acentuó las conversaciones y preguntas acerca de la veracidad de la historia (Kring-Schreifels, 2019).

No obstante, formalmente, el primer teórico en hablar de ello fue Jenkins (2003), quien afirmó que ha comenzado una era de convergencia de medios en la que los contenidos utilizan diversos canales de comunicación para circular de

manera más eficiente y captar más puntos de entrada de consumidores. Por ello, cada medio por separado se enfoca en sus fortalezas, y al integrarse con otros, permite que una historia se expanda, lo que genera un universo de sentido que puede ser experimentado desde diferentes ángulos en cada plataforma.

Así mismo, Jenkins (2008) señala que las historias transmediáticas no necesitan una presentación como una reintroducción, pues ya se conocen las fuentes y, por ende, se despliegan a través de múltiples plataformas mediáticas para crear una comprensión unificada del mundo. A lo que Scolari (2013) agrega que una parte de los consumidores asume un rol activo (llamado prosumidor) en este proceso de expansión, y la narrativa utiliza, tanto sistemas de significación (verbal, icónico, audiovisual, interactivo, etc.), como distintos medios (teatro, televisión, cómic, cine, videojuegos, etc.).

Lo anterior apunta a que lo transmedia va más allá de una simple adaptación de un lenguaje a otro, por ejemplo, una obra teatral que al volverse película en cine es totalmente idéntica. Se trata, en realidad, de una estrategia mediática más compleja y unificada en la que se utilizan diferentes medios y lenguajes para contar varias narrativas que se despliegan de la historia original. Esto crea un universo con distintas plataformas de expansión y un prosumidor que interactúe con el contenido.

En particular, Costa y Piñeiro (2012) agregan que el contenido puede ser consumido de forma autónoma y dan la oportunidad de encontrar más puntos de acceso a los públicos potenciales a través de diversas plataformas.

Si se avanza con este razonamiento, se puede decir que este tipo de narrativas transmedia forma parte de las industrias creativas (que

engloba, en sí misma, a las culturales), ya que “son entendidas como construcciones simbólicas, las cuales son consumidas por usuarios que se sujetan a su estructura y sus reglas” (Garfias & Cuenca, 2020, p.26). Esto se enmarca dentro de un sistema económico en el que predomina su valor de cambio, más que su propio uso. Esto produce estrategias de comunicación mediáticas para construir entramados simbólicos que aportan a la industria inicial.

Un ejemplo de ello, que al mismo tiempo es el objeto de investigación del presente trabajo, es la evolución de la transmisión por *streaming* y, en particular, las empresas que se han creado alrededor de ella. Esto se debe a que este tipo de narrativas han encontrado un terreno fértil para expandirse y evolucionar, debido a que se pueden integrar de manera fluida a los contenidos, para crear experiencias inmersivas y participativas.

En ese sentido, Netflix ha adoptado estrategias transmedia para crear universos narrativos complejos que trascienden los límites de las series o películas. Ahí, se identifica que pueden desarrollarse a partir de las siguientes estrategias:

1. Expandiéndose por diversas empresas y marcas: Se crean nuevas narrativas a partir de universos previos a los contenidos en la empresa actual. Por ejemplo, la serie *The Witcher* no fue originalmente propuesta por Netflix. Esta saga comenzó en 1993 con una serie de libros, luego se expandió a videojuegos desarrollados por *CD Projekt Red* (donde se convirtió en uno de los juegos de rol más aclamados en 2015), seguido por una serie de televisión polaca con alcance limitado, y finalmente, Netflix realizó una adaptación para serie en 2019.

2. Expandiéndose por la misma empresa: Se genera en primera instancia un producto con narrativa original y posteriormente se traslada a otros medios transmedia bajo la misma empresa. Por ejemplo, las series de Netflix tituladas *Stranger Things* y *Narcos* fueron inicialmente producciones originales de la plataforma. Posteriormente, la misma empresa las trasladó a su sección de videojuegos, en 2021.

En esta última forma de narrativas transmedia es en la que se enfoca la presente investigación. Específicamente, Netflix, al ser la plataforma de *streaming* de video bajo demanda con más suscriptores en el mundo, representa un excelente ejemplo para visualizar las estrategias mediáticas; en específico, sus narrativas transmedia, que están aprovechando el mercado de los videojuegos para ofrecer a los fans nuevas formas de interactuar con sus historias favoritas.

2. METODOLOGÍA

La comunicación y convergencia de medios ha generado un terreno importante para el desarrollo de las narrativas transmedia, ya que ha permitido utilizar diversos medios para poder llegar a distintas audiencias a través de la expansión del universo original.

En este contexto, el presente trabajo consiste en un análisis de contenido de dos de los videojuegos más consumidos en la plataforma de Netflix (*Stranger Things 1984* y *Narcos: Cartel Wars Unlimited*) desde una perspectiva narrativa-hermenéutica interpretativa, para identificar si los casos de estudio cuentan con una estructura narrativa transmedia o si únicamente se enfocan en el despliegue de contenidos en distintos formatos.

Así mismo, se busca responder las siguientes preguntas específicas:

- ¿Cómo se desarrolla la narrativa en los videojuegos *Stranger Things 1984* y *Narcos: Cartel Wars Unlimited*?
- ¿Qué elementos narrativos se comparten entre los videojuegos y las series originales de Netflix?
- ¿Existen diferencias significativas en la estructura narrativa entre los dos videojuegos analizados?

Para responder esto, se comparan los enfoques narrativos de los juegos mencionados y sus series originales presentes en Netflix, con la finalidad de identificar diferencias y similitudes, lo que determina variaciones significativas, tanto en su estructura como en su desarrollo narrativo.

Los casos de estudio se analizan con base en las siguientes categorías: personajes, espacio, tiempo, estilo narrativo, participación de la audiencia y estructura narrativa.

2.1. CASOS DE ESTUDIO: *STRANGER THINGS* Y *NARCOS*

El primer videojuego, titulado *Stranger Things 1984*, se basa en la serie original producida por Netflix con el mismo nombre. Se estrenó en 2016 y cuenta con cuatro temporadas que se desarrollan en el pueblo ficticio Hawkins, Indiana, en Estados Unidos, alrededor de los años 80.

El argumento central comienza cuando, en la ciudad, desaparece misteriosamente el niño llamado Will Byers, por lo que sus mejores amigos deciden buscarlo; sin embargo, en el transcurso de ello, se encuentran a una niña con

podere telequinéticos llamada Once, la cual se une a ellos y al poco tiempo descubren un mundo paralelo conocido como Mundo del Revés, en el cual habitan criaturas peligrosas. La misión para encontrar a Will cada vez se hace más compleja y deben enfrentar los sucesos sobrenaturales que les van ocurriendo, los cuales se encuentran relacionados a experimentos secretos por parte del gobierno y fuerzas no humanas aterradoras.

Es importante mencionar que la serie se volvió un éxito en todo el mundo. Gustó mucho a personas de diferentes rangos de edad, a pesar de que la trama se desarrolla con niños. En el 2022, fue la serie más vista en 83 países, acumuló más de 80 millones de horas reproducidas y significó un gran paso para Netflix, ya que con esta producción propia de la empresa abrió las puertas a una nueva era en donde demostraron que las series originales podrían llegar a grandes audiencias, realizarse con alta calidad y trascender como propuesta innovadora.

Por esta razón, Netflix decidió sumar, a partir del 2021, sus primeros juegos móviles incluidos en su suscripción mensual para omitir comerciales y los pagos extra dentro de ellos. Estos juegos se basan en algunas de sus series más aclamadas por el público, como lo fue el caso de *Stranger Things*, ya que sumaron dos juegos alrededor de esta historia. Los juegos fueron titulados: *Stranger Things 1984* y *Stranger Things 3: The Game*.

Stranger Things 1984 se encuentra disponible para dispositivos Android (3.9 estrellas de calificación en 2024) y iOS (4 estrellas de calificación en 2024). Sus categorías principales son aventura y acción, a través de juego de rol, en el que cada una de las decisiones que se toman afecta al juego y las distintas misiones.

El juego únicamente se desarrolla en la temporada uno de la serie, por lo que la historia se centra en que Hopper y los niños llevan a cabo misiones por todo Hawkins y el Mundo del Revés, a través de una aventura retro centrada en 1984. Ahí, se deben explorar los distintos sitios de la ciudad para ir encontrando objetos coleccionables (cintas de VHS, gnomos, bates, waffles, etc.) que representan a cada uno de los personajes, los cuales tienen que luchar con demogorgones¹ y científicos del gobierno para rescatar a cada personaje.

Por otro lado, el juego *Narcos: Cartel Wars Unlimited* se inspira en el drama criminal de la serie *Narcos* de Netflix, que se estrenó en el 2015 y cuenta con tres temporadas, las cuales se centran en la historia del tráfico de drogas en Colombia, específicamente en torno a los poderosos cárteles que se desarrollaron en la década de los ochenta y noventa. Narra la ascensión y caída de las figuras importantes del narcotráfico, como lo fue el líder del Cártel de Medellín, Pablo Escobar, y posteriormente otros, como el del Cártel de Cali.

Combinó distintos elementos de acción, drama y suspenso, por lo que la serie logró cautivar a sus espectadores, quienes conocieron los complejos modos de operación de estos grupos, los cuales se encuentran coludidos con la sociedad, la política y la violencia. Todo ello resulta de la creciente popularidad de las narcoseries, debido a que estos personajes en la época contemporánea representan figuras importantes para el imaginario colectivo, ya que se identifican con la falta de trabajo y oportunidades que viven los países, lo que revela el entorno social en el que viven (Valdivia *et al.*, 2023).

¹ Principal enemigo en la serie *Stranger Things* y en el videojuego *Stranger Things: 1984*. Se caracteriza por ser un predador en el Mundo del Revés.

En esa misma vertiente, Netflix desarrolló, junto a *FTX/Games*, el juego de *Narcos: Cartel Wars Unlimited*, que se encuentra disponible en la sección de juegos de la aplicación para dispositivos iOS (4.8 estrellas de calificación hasta 2024) y Android (4.8 estrellas de calificación, en 2024). La premisa principal del juego es “¿Plata o plomo?”², ya que da la oportunidad a los usuarios de llevar a cabo su propio imperio narcotraficante, a través de estrategias, construcción y combate. Además, se da la posibilidad de unirse a otros cárteles para cubrir más territorio.

3. RESULTADOS

Ambos casos de estudio de videojuegos en *streaming*, en primera instancia, presentan elementos importantes para ser analizados como estrategias de comunicación mediática a través de la narratología-hermenéutica. Se deben identificar las características de las narrativas transmedia a través de las categorías: personajes, espacio, tiempo, estilo narrativo, participación de la audiencia y estructura narrativa; que se desarrollan a continuación.

• Personajes

Tanto en la primera temporada de *Stranger Things* como en su videojuego *Stranger Things 1984*, se comparten los mismos protagonistas: Mike Wheeler, Dustin Henderson, Lucas Sinclair, Will y Once. Sin embargo, en el juego se otorga mayor relevancia a dos personajes secundarios, a quienes se les eleva a personajes principales, los cuales son el jefe de la policía y tutor de Once, Jim Hopper, y Nancy Wheeler. En esa mis-

ma línea, mantiene en un segundo plano a Jonathan Byers y a su madre, Joyce Byers.

Así mismo, en su primera temporada, los antagonistas son los Demagogones y científicos coludidos con el gobierno de Estados Unidos. En el juego se sigue esta misma tendencia, pero se agregan policías que tienen mayor aparición para ser un obstáculo en las misiones y caminos a recorrer.

En ese mismo sentido, la serie *Narcos* y el juego *Narcos: Cartel Wars Unlimited* comparten el mismo personaje principal: Pablo Escobar. Sin embargo, en la serie también funge como protagonista el agente Steve Murphy de la DEA, quien narra la historia en primera persona, y en la tercera temporada es importante la aparición del agente Javier Peña.

En cuanto a los personajes secundarios, en el videojuego pasan a esta jerarquía Steve Murphy, Gonzalo Rodríguez Gacha y Elisa Álvaro. Por su lado, en la serie se identifican también estos dos últimos mencionados y el Ministro Lara, Jorge Luis Ochoa y César Gaviria.

• Espacio y tiempo

Ambos contenidos (*Stranger Things* y *Stranger Things 1984*) tienen en común el situarse en una pequeña ciudad ficticia llamada Hawkins, en Indiana (Estados Unidos) en el año 1984. Así mismo, hay espacios en común importantes para ambas narrativas, las cuales son: la casa de los Wheeler, la escuela *Hawkins Middle School*, el laboratorio nacional de Hawkins y el Mundo del Revés.

² Principal frase de Pablo Escobar en la vida real, que se trasladó al juego *Narcos: Cartel Wars Unlimited*

Por otra parte, en lo que respecta a la serie *Narcos*, tanto el videojuego como la serie se desarrollan principalmente en Colombia entre 1970 y 1990. Sin embargo, la serie también se traslada a otros países de América Latina y Estados Unidos, mientras que el videojuego se limita a un espacio en específico: la propia finca del jugador, en medio de la selva colombiana, que puede expandirse para ganar el territorio de otros jugadores a través de batallas que permiten agrandar el propio imperio de narcotraficante. Así mismo, si el jugador decide pertenecer a un grupo de jugadores, tienen una finca en común en medio de la misma selva y el objetivo es cuidar que no la invadan los otros cárteles.

• Estilo narrativo

El género narrativo de la serie de *Stranger Things* combina la ciencia ficción, el horror y el suspenso. Está ambientada en la estética *retro* de los años 80, por lo que se utilizan elementos que aluden a la época en el estilo de la cinematografía (se hace referencias a las obras de Stephen King y Steven Spielberg), música y moda de vestir. En cuanto a la trama, un grupo de niños investiga la desaparición de su amigo y ellos luchan contra fuerzas sobrenaturales. Once, con sus poderes telequinéticos, es la principal.

En ese mismo sentido, el videojuego es un RPG (*Role-Playing Game*) *retro* con gráficos en 2D. No profundiza tanto como la serie, pero sigue con la premisa básica de luchar contra criaturas del Mundo del Revés, con enfoque de misiones y exploración a través de seis mazmorras distintas y treinta misiones.

Por otro lado, la serie de *Narcos* es un drama criminal basado en hechos reales con tono oscuro y tenso, en donde se combinan imágenes reales con dramatizaciones para contar la historia del famoso narcotraficante Pablo Escobar; específicamente, se centra en la lucha de la DEA con los cárteles de droga en Colombia. En ese mismo sentido, el videojuego pertenece al género de estrategia basado en la narrativa de la serie, en donde los combates deben realizarse de forma táctica por turnos, tomar decisiones estratégicas para expandir el imperio, realizar saqueos a otras fincas, producir drogas y enfrentar a otros cárteles.

• Participación de la audiencia

Las series de *Narcos* y *Stranger Things* ofrecen una experiencia pasiva de visualización, donde los espectadores no interactúan directamente con la trama. Sin embargo, en el juego *Stranger Things 1984*, los jugadores pueden influir en el desarrollo de la trama mediante sus decisiones, y tienen la capacidad de regresar a los lugares de las misiones para buscar elementos adicionales que puedan haberse pasado por alto en el primer intento, como waffles, cintas VHS, ramos de flores, gnomos, entre otros.

Por otro lado, el videojuego *Narcos: Cartel Wars Unlimited* sigue una narrativa por niveles, lo que impide que los jugadores regresen a misiones anteriores. Sin embargo, se les permite acceder a los cárteles de otros jugadores para formar alianzas; además, tienen la opción de comunicarse a través de grupos de Facebook o del chat incorporado en el juego.

Ambos aspectos añaden una mayor profundidad y compromiso con la historia por parte de los jugadores, quienes pueden influir en el desarrollo de los eventos y explorar los universos de forma más inmersiva.

- **Estructura narrativa**

La serie de *Stranger Things* (en su primera temporada) cuenta con ocho capítulos y el videojuego con seis. Ambos inician con la desaparición de Will Byers en la época de los 80's en el pueblo de Hawkins, Indiana. Sin embargo, en el primer capítulo de la serie, se presentan todos los personajes y el contexto en el que se encuentran, a comparación del videojuego, donde esa presentación se da por sentada.

Así mismo, el videojuego se desarrolla en el Laboratorio Nacional de Hawkins, Mundo del Revés, en la Escuela Primaria Hawkins, las alcantarillas, la biblioteca y con el tentáculo de hidra. De este modo, tienen distintas estructuras, porque la serie se centra en la casa de Mike, la de Will, el bosque y en el gimnasio de la escuela.

En cuanto a la serie de *Narcos*, es una crónica histórica de tipo *thriller* criminal y drama político que cuenta con tres temporadas. Ahí, se explora la expansión de los cárteles de droga en América Latina, con énfasis en el Cártel de Medellín y Cártel de Cali, en Colombia.

Sin embargo, el videojuego se basa únicamente en las estrategias, ya que permite a los jugadores expandir su propio imperio narcotraficante. A medida que el jugador sube de rango, aumenta su poder y tiene que ir ganando terreno en el mapa, así como mejorar sus batallones, las máquinas para elaborar artillería y sus medios de transporte para distribuir el producto.

4. DISCUSIONES Y CONCLUSIONES

El análisis de las series (*Stranger Things* y *Narcos*) y sus videojuegos (*Stranger Things 1984* y *Narcos: Cartel Wars Unlimited*), presentan elementos narrativos que sugieren tener una estructura transmedia, ya que se amplía el universo narrativo de las historias originales. Ofrece a los jugadores la oportunidad de involucrarse en una experiencia inmersiva que expande y complementa la trama original.

Un elemento central en las narrativas transmedia es la interacción de los usuarios, lo cual, específicamente para las series, se centra en una experiencia pasiva, pero en los videojuegos se abre la posibilidad de influir en el desarrollo de la trama, mediante decisiones y la exploración del universo. Un ejemplo de ello, en *Stranger Things 1984*, es que no todos los jugadores tienen las misiones en el mismo orden, ya que depende de su toma de decisiones. Así como en *Narcos: Cartel Wars Unlimited*, un jugador tiene la variante de elegir los batallones y al cártel al que quieran pertenecer, mientras se mantiene la comunicación por el chat.

Por ello, tal como lo mencionan Molpeceres y Rodríguez (2014), no es suficiente con que la participación de la audiencia sea activa, sino que es importante establecer un diálogo creativo con el relato original para modificarlo en el proceso, con la interacción de otros medios. Esto agrega una nueva dimensión a la narrativa, lo que aumenta el compromiso y la profundidad de la experiencia para crear una red de significados, a través de la comunicación en distintos medios.

En términos de tiempo y espacio, se aprecia una clara diferencia entre las series y los videojuegos. Mientras que las series exploran una amplia variedad de locaciones y abarcan

distintos periodos temporales, los videojuegos tienden a centrarse en un entorno específico y seguir una línea temporal más restringida. Sin embargo, esta divergencia no sólo refleja una característica distintiva de cada medio, sino que también influye en la estrategia transmedia. Mientras que en las series estos elementos pueden ser complementarios, en los videojuegos adquieren una importancia crucial para la generación de nuevas misiones y la interacción del jugador con el contexto del juego.

Así mismo, se pueden identificar similitudes en los personajes, los espacios utilizados y el estilo narrativo en ambos casos. Esto se debe a que las narrativas están diseñadas para desplegarse y mantener los elementos principales de la historia original. Sin embargo, como se puede observar en los ejemplos, se permite una flexibilidad en la disposición de los personajes, pues ellos pueden cambiar su rol de primarios a secundarios (o viceversa) dentro del mismo contexto.

Además, se incorporan misiones que se centran en las características individuales de los personajes, para añadirles mayor profundidad. Por ejemplo, en *Stranger Things 1984*, las misiones están entrelazadas entre sí y están diseñadas para destacar las características importantes de cada personaje, como el conseguir un bate especial para Nancy, una lente de cámara y un cassette para Jonathan, o entradas de cine para Steve. Por otro lado, en *Narcos: Cartel Wars Unlimited* se pueden adquirir nuevos personajes a través del intercambio de recursos producidos en la propia finca, así como mediante el desarrollo de batallones.

En ese mismo sentido, a través del análisis de los casos de estudio de las series y los videojuegos de Netflix, se identificaron elementos que ayudan a la comprensión de las narrativas transmedia en este tipo de empresas, que engloban distintos contenidos para enriquecer la experiencia de los usuarios. Así mismo, permiten proporcionar *insights* sobre cómo estas narrativas se desarrollan y adaptan en diferentes medios, como parte de la estrategia global que lleva a cabo la empresa, tanto dentro como fuera de la pantalla.

Es indispensable denotar que, si bien los ejemplos planteados cuentan con características transmedia, realmente lo que ha apoyado a que se conciba de esta manera es la estrategia general mediática que ha desarrollado la empresa de *streaming* alrededor de su serie, con todas las partes que lo conforman (chats, publicidad experiencial, dinámicas por redes sociodigitales, etcétera). Esto se debe a que “transmedia, más que una forma de contar, es una forma de vivir una serie de constelaciones de sentido desplegadas al interior de diferentes plataformas” (Garfias & Cuenca, 2020, p.41).

Por ello, Netflix ha sobresalido como una de las primeras empresas en involucrar a otros medios, entre ellos los videojuegos, como parte de su modelo de negocio de SVOD, para enriquecer y diversificar la experiencia del espectador. Esto demuestra el gran poder del transmedia para involucrar diversas audiencias y fomentar la participación activa en la narrativa, así como la audaz decisión de la empresa de *streaming* de explorar nuevos formatos que atraviesan la misma marca.

Con ello, se plantean desafíos importantes para la empresa y el futuro del *streaming*, ya que existen otras marcas de videojuegos muy importantes en auge, como lo son Twitch, Facebook *Gaming*, YouTube *Gaming*, DLive, entre otros. Por esta razón, se requerirá una mayor planificación y ejecución de las estrategias me-

diáticas a través de lo transmedia, así como una comprensión profunda de las expectativas y preferencias de los públicos objetivos para seguir incentivando su consumo con experiencias en las que el usuario participe.

REFERENCIAS

- Cebrián, J. (2000). *La red* (Vol. 14). Suma de Letras.
- Costa, C., & Piñeiro, T. (2012). Nuevas narrativas audiovisuales: Multiplataforma, corssmedia y transmedia. El caso de Águila Roja. (RTVE). *Revista ICONO 14. Revista científica de comunicación y Tecnologías emergentes*, 10(2), 102–125. <https://doi.org/10.7195/ri14.v10i2.156>
- Follansbee, J. (2004). *Get streaming! Quick steps to delivering audio and video online*. Focal Press.
- Garfias, J., & Cuenca, D. (2020). *Industrias creativas y procesos de transmediación: Streaming, videojuegos y cultura visual* (Primera edición). Universidad Nacional Autónoma de México.
- Jenkins, H. (15 de enero de 2003). *Transmedia Storytelling*. MIT Technology Review. <https://www.technologyreview.com/2003/01/15/234540/transmedia-storytelling/>
- Jenkins, H. (2008). *Convergence Culture: La cultura de la convergencia de los medios de comunicacion*. Paidós Ibérica.
- Kring-Schreifels, J. (1 de agosto de 2019). 'El proyecto de la bruja de Blair', el primer fenómeno de terror viral, cumple veinte años. *The New York Times*. <https://www.nytimes.com/es/2019/08/01/espanol/cultura/bruja-de-blair.html>
- Moloney, K. (2011). *Porting Transmedia Storytelling to Journalism Porting Transmedia Storytelling to Journalism*. University of Denver.
- Molpeceres, S., & Rodríguez, M. (2014). La inserción del discurso del receptor en la narrativa transmedia: El ejemplo de las series de televisión de ficción. *Historia y Comunicación Social*, 19, 31–42. https://doi.org/10.5209/rev_HICS.2014.v19.45008
- NPLA. (2010). *Manual de streaming. Una introducción práctica para hacer radio en el Internet*. Pool de Noticias de América Latina.

- Orús, A. (17 de abril de 2023). *Industria del videojuego: Valor de mercado a nivel mundial 2022-2027*. Statista. <https://es.statista.com/estadisticas/598622/valor-de-mercado-del-videojuego-en-el-mundo/>
- Orús, A. (2024, febrero 20). *Netflix: Número de suscriptores en todo el mundo 2011-2023*. Statista. <https://es.statista.com/estadisticas/598771/numero-de-suscriptores-netflix-en-streaming-en-todo-el-mundo/>
- Rayburn, D., & Hoch, M. (2005). *The business of streaming and digital media*. Focal Press.
- Ricoeur, P. (1983). *Tenos et récit I,II, III* (1-3). Scuil.
- Scolari, C. A. (2013). *Narrativas transmedia: cuando todos los medios cuentan*. Grupo Planeta (GBS).
- Valdivia, V., Cavazos, J., Castillo, F., & González, V. (2023). Representaciones sociales de las narcoseries entre la generación y en el centro-occidente de México. *Cultura y representaciones sociales*, 16(32). https://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S2007-81102022000100107