



REVISTA INCLUSIONES

CONGRESO INTERNACIONAL COMUNICACIÓN
Y PENSAMIENTO . SEVILLA - ESPAÑA 2020

Revista de Humanidades y Ciencias Sociales

Volumen 7 . Número Especial

Octubre / Diciembre

2020

ISSN 0719-4706

CUERPO DIRECTIVO

Director

Dr. Juan Guillermo Mansilla Sepúlveda
Universidad Católica de Temuco, Chile

Editor

OBU - CHILE

Editor Científico

Dr. Luiz Alberto David Araujo
Pontificia Universidade Católica de Sao Paulo, Brasil

Editor Europa del Este

Dr. Aleksandar Ivanov Katrandzhiev
Universidad Suroeste "Neofit Rilski", Bulgaria

Cuerpo Asistente

Traductora: Inglés

Lic. Pauline Corthorn Escudero
Editorial Cuadernos de Sofía, Chile

Portada

Lic. Graciela Pantigoso de Los Santos
Editorial Cuadernos de Sofía, Chile

COMITÉ EDITORIAL

Dra. Carolina Aroca Toloza
Universidad de Chile, Chile

Dr. Jaime Bassa Mercado
Universidad de Valparaíso, Chile

Dra. Heloísa Bellotto
Universidad de Sao Paulo, Brasil

Dra. Nidia Burgos
Universidad Nacional del Sur, Argentina

Mg. María Eugenia Campos
Universidad Nacional Autónoma de México, México

Dr. Francisco José Francisco Carrera
Universidad de Valladolid, España

Mg. Keri González
Universidad Autónoma de la Ciudad de México, México

Dr. Pablo Guadarrama González
Universidad Central de Las Villas, Cuba

Mg. Amelia Herrera Lavanchy
Universidad de La Serena, Chile

Mg. Cecilia Jofré Muñoz
Universidad San Sebastián, Chile

Mg. Mario Lagomarsino Montoya
Universidad Adventista de Chile, Chile

Dr. Claudio Llanos Reyes
Pontificia Universidad Católica de Valparaíso, Chile

Dr. Werner Mackenbach
Universidad de Potsdam, Alemania
Universidad de Costa Rica, Costa Rica

Mg. Rocío del Pilar Martínez Marín
Universidad de Santander, Colombia

Ph. D. Natalia Milanesio
Universidad de Houston, Estados Unidos

Dra. Patricia Virginia Moggia Münchmeyer
Pontificia Universidad Católica de Valparaíso, Chile

Ph. D. Maritza Montero
Universidad Central de Venezuela, Venezuela

Dra. Eleonora Pencheva
Universidad Suroeste Neofit Rilski, Bulgaria

Dra. Rosa María Regueiro Ferreira
Universidad de La Coruña, España

Mg. David Ruete Zúñiga
Universidad Nacional Andrés Bello, Chile

Dr. Andrés Saavedra Barahona
Universidad San Clemente de Ojrid de Sofía, Bulgaria

Dr. Efraín Sánchez Cabra
Academia Colombiana de Historia, Colombia

Dra. Mirka Seitz
Universidad del Salvador, Argentina

Ph. D. Stefan Todorov Kapralov
South West University, Bulgaria

COMITÉ CIENTÍFICO INTERNACIONAL

Comité Científico Internacional de Honor

Dr. Adolfo A. Abadía

Universidad ICESI, Colombia

Dr. Carlos Antonio Aguirre Rojas

Universidad Nacional Autónoma de México, México

Dr. Martino Contu

Universidad de Sassari, Italia

Dr. Luiz Alberto David Araujo

Pontificia Universidad Católica de Sao Paulo, Brasil

Dra. Patricia Brogna

Universidad Nacional Autónoma de México, México

Dr. Horacio Capel Sáez

Universidad de Barcelona, España

Dr. Javier Carreón Guillén

Universidad Nacional Autónoma de México, México

Dr. Lancelot Cowie

Universidad West Indies, Trinidad y Tobago

Dra. Isabel Cruz Ovalle de Amenabar

Universidad de Los Andes, Chile

Dr. Rodolfo Cruz Vadillo

Universidad Popular Autónoma del Estado de Puebla, México

Dr. Adolfo Omar Cueto

Universidad Nacional de Cuyo, Argentina

Dr. Miguel Ángel de Marco

Universidad de Buenos Aires, Argentina

Dra. Emma de Ramón Acevedo

Universidad de Chile, Chile

Dr. Gerardo Echeita Sarrionandía

Universidad Autónoma de Madrid, España

Dr. Antonio Hermosa Andújar

Universidad de Sevilla, España

Dra. Patricia Galeana

Universidad Nacional Autónoma de México, México

Dra. Manuela Garau

Centro Studi Sea, Italia

Dr. Carlo Ginzburg Ginzburg

Scuola Normale Superiore di Pisa, Italia

Universidad de California Los Ángeles, Estados Unidos

Dr. Francisco Luis Girardo Gutiérrez

Instituto Tecnológico Metropolitano, Colombia

José Manuel González Freire

Universidad de Colima, México

Dra. Antonia Heredia Herrera

Universidad Internacional de Andalucía, España

Dr. Eduardo Gomes Onofre

Universidade Estadual da Paraíba, Brasil

Dr. Miguel León-Portilla

Universidad Nacional Autónoma de México, México

Dr. Miguel Ángel Mateo Saura

Instituto de Estudios Albacetenses "Don Juan Manuel", España

Dr. Carlos Tulio da Silva Medeiros

Diálogos em MERCOSUR, Brasil

+ Dr. Álvaro Márquez-Fernández

Universidad del Zulia, Venezuela

Dr. Oscar Ortega Arango

Universidad Autónoma de Yucatán, México

Dr. Antonio-Carlos Pereira Menaut

Universidad Santiago de Compostela, España

Dr. José Sergio Puig Espinosa

Dilemas Contemporáneos, México

Dra. Francesca Randazzo

Universidad Nacional Autónoma de Honduras, Honduras

Dra. Yolando Ricardo

Universidad de La Habana, Cuba

Dr. Manuel Alves da Rocha

Universidade Católica de Angola Angola

Mg. Arnaldo Rodríguez Espinoza

Universidad Estatal a Distancia, Costa Rica

Dr. Miguel Rojas Mix

*Coordinador la Cumbre de Rectores Universidades
Estatales América Latina y el Caribe*

Dr. Luis Alberto Romero

CONICET / Universidad de Buenos Aires, Argentina

Dra. Maura de la Caridad Salabarría Roig

Dilemas Contemporáneos, México

Dr. Adalberto Santana Hernández

Universidad Nacional Autónoma de México, México

Dr. Juan Antonio Seda

Universidad de Buenos Aires, Argentina

Dr. Saulo Cesar Paulino e Silva

Universidad de Sao Paulo, Brasil

Dr. Miguel Ángel Verdugo Alonso

Universidad de Salamanca, España

Dr. Josep Vives Rego

Universidad de Barcelona, España

Dr. Eugenio Raúl Zaffaroni

Universidad de Buenos Aires, Argentina

Dra. Blanca Estela Zardel Jacobo

Universidad Nacional Autónoma de México, México

Comité Científico Internacional

Mg. Paola Aceituno

Universidad Tecnológica Metropolitana, Chile

Ph. D. María José Aguilar Idañez

Universidad Castilla-La Mancha, España

Dra. Elian Araujo

Universidad de Mackenzie, Brasil

Mg. Romyana Atanasova Popova

Universidad Suroeste Neofit Rilski, Bulgaria

Dra. Ana Bénard da Costa

*Instituto Universitario de Lisboa, Portugal
Centro de Estudios Africanos, Portugal*

Dra. Alina Bestard Revilla

*Universidad de Ciencias de la Cultura Física y el
Deporte, Cuba*

Dra. Noemí Brenta

Universidad de Buenos Aires, Argentina

Ph. D. Juan R. Coca

Universidad de Valladolid, España

Dr. Antonio Colomer Vialdel

Universidad Politécnica de Valencia, España

Dr. Christian Daniel Cwik

Universidad de Colonia, Alemania

Dr. Eric de Léséulec

INS HEA, Francia

Dr. Andrés Di Masso Tarditti

Universidad de Barcelona, España

Ph. D. Mauricio Dimant

Universidad Hebrea de Jerusalén, Israel

Dr. Jorge Enrique Elías Caro

Universidad de Magdalena, Colombia

Dra. Claudia Lorena Fonseca

Universidad Federal de Pelotas, Brasil

Dra. Ada Gallegos Ruiz Conejo

Universidad Nacional Mayor de San Marcos, Perú

Dra. Carmen González y González de Mesa

Universidad de Oviedo, España

Ph. D. Valentin Kitanov

Universidad Suroeste Neofit Rilski, Bulgaria

Mg. Luis Oporto Ordóñez

Universidad Mayor San Andrés, Bolivia

Dr. Patricio Quiroga

Universidad de Valparaíso, Chile

Dr. Gino Ríos Patio

Universidad de San Martín de Porres, Perú

Dr. Carlos Manuel Rodríguez Arrechavaleta

Universidad Iberoamericana Ciudad de México, México

Dra. Vivian Romeu

Universidad Iberoamericana Ciudad de México, México

**REVISTA
INCLUSIONES** M.R.
REVISTA DE HUMANIDADES
Y CIENCIAS SOCIALES

Dra. María Laura Salinas
Universidad Nacional del Nordeste, Argentina

Dr. Stefano Santasilia
Universidad della Calabria, Italia

Mg. Silvia Laura Vargas López
Universidad Autónoma del Estado de Morelos, México

**CUADERNOS DE SOFÍA
EDITORIAL**

Dra. Jaqueline Vassallo
Universidad Nacional de Córdoba, Argentina

Dr. Evandro Viera Ouriques
Universidad Federal de Río de Janeiro, Brasil

Dra. María Luisa Zagalaz Sánchez
Universidad de Jaén, España

Dra. Maja Zawierzeniec
Universidad Wszechnica Polska, Polonia

Editorial Cuadernos de Sofía
Santiago – Chile
OBU – C HILE

Indización, Repositorios y Bases de Datos Académicas

Revista Inclusiones, se encuentra indizada en:





REX



UNIVERSITY OF SASKATCHEWAN



Universidad de Concepción



BIBLIOTECA UNIVERSIDAD DE CONCEPCIÓN

**COMUNIDAD FAN Y ACTIVISMO A TRAVÉS DE NARRATIVAS TRANSMEDIA.
ESTUDIO DE CASO DE MYLO XYLOTO Y YEAR ZERO**

**FAN COMMUNITY AND ACTIVISM THROUGH TRANSMEDIA STORYTELLING.
CASE STUDY OF MYLO XYLOTO AND YEAR ZERO**

Ph. D. Teresa Martinho Almagro
Universidad de Málaga, España
ORCID 0000-0002-6488-6176
tmartinho@uma.es

Fecha de Recepción: 07 de junio de 2020 – **Fecha Revisión:** 14 de junio de 2020

Fecha de Aceptación: 23 de junio de 2020 – **Fecha de Publicación:** 01 de octubre de 2020

Resumen

Las nuevas narrativas transmedia están posibilitando la participación cultural y colaborativa dentro de la esfera pública digital. Las posibilidades que generan los diferentes elementos transmedia, especialmente en narrativas de ficción, propician la participación de sus comunidades de fans y usuarios en general, destacando el contenido generado por el usuario, como un valor añadido a la propia narrativa que ayuda a expandir y transformar los contenidos. La presente investigación está basada en la metodología de análisis cualitativa de estudio de caso de dos proyectos transmedia, Mylo Xyloto (2011) de la banda de música Coldplay y Year Zero (2007), de la banda de rock industrial americana Nine Inch Nails, recogidos en dos álbumes conceptuales del mismo nombre, que destacaron por el uso de diferentes elementos transmedia como un juego de realidad alternativa -ARG Alternated Reality Game-, comics o webs, además de diferentes redes sociales, con un claro objetivo de concienciación para la acción y con un importante trasfondo político y social, que fomentó la participación colaborativa de la comunidad fan, como nuevas formas de activismo.

Palabras Claves

Narrativa transmedia – Activismo fan – Activismo digital – Cultura participativa

Abstract

New transmedia storytelling are making cultural and collaborative participation possible within the digital public sphere. The opportunities generated by these different transmedia elements, especially at fictional storytelling, contribute to the participation of fan and user communities in general, by emphasizing the user generated content as an added value to the own narrative which helps to extend and transform the content. This research is based on the qualitative case study analysis methodology of two transmedia projects - Mylo Xyloto (2011) from the music band Coldplay, and Year Zero (2007) from the American industrial rock band Nine Inch Nails - gathered in two conceptual albums of the same name, which stood out for utilising different transmedia elements such as an Alternate Reality Game (ARG), comics, websites and different social media platforms. There was a clear consciousness objective for the action and an important politic and social background which promoted the collaborative participation of the fan community as new activist ways.

Comunidad fan y activismo a través de narrativas transmedia. Estudio de caso de Mylo Xyloto y Year Zero pág. 162

Keywords

Transmedia storytelling – Fan activism – Digital activism – Participatory culture

Para Citar este Artículo:

Martinho Almagro, Teresa. Comunidad fan y activismo a través de narrativas transmedia. Estudio de caso de Mylo Xyloto y Year Zero. Revista Inclusiones Vol: 7 num Especial (2020): 161-180.

Licencia Creative Commons Attribution Non-Comercial 3.0 Unported
(CC BY-NC 3.0)

Licencia Internacional



Introducción

La esfera pública digital destaca actualmente por el uso de las nuevas tecnologías emergentes, desde el periodismo digital a los productos audiovisuales de ficción encuentran múltiples transformaciones de sus contenidos para ajustarlos a las nuevas formas de comunicar, que además proponen nuevos espacios para la reflexión y concienciación, como es el caso del activismo digital¹.

El objetivo del presente análisis está centrado en el estudio de caso de dos proyectos transmedia dentro del ámbito de la música Mylo Xyloto (2011), de Coldplay y Year Zero (2007) de la banda de rock industrial americana Nine Inch Nails -NIN-. Ambos se encuentran recogidos en dos álbumes conceptuales del mismo nombre, que además introdujeron una serie de elementos transmedia, como un juego de realidad alternativa – ARG-, comics, webs y redes sociales, los cuales tuvieron una especial relevancia, por su significado político y social, y su capacidad de comunicar con una comunidad de fans que se transformó, a un mismo tiempo, en una participación colaborativa, podríamos afirmar, de activismo ciudadano a través de narrativas transmedia de ficción.

Los primeros autores que hacen referencia al concepto transmedia son Marsha Kinder² en 1991 y Henry Jenkins³ en 2003, la primera con su análisis del universo Pokemon, y Jenkins, quién más ha popularizado el término, en sus análisis de proyectos de narrativa transmedia como Stars Wars o Matrix. El concepto de narrativa transmedia hace alusión a la propagación de contenidos por medio de diferentes plataformas o medios, digitales o no, con la peculiaridad de que estos mundos narrativos se transforman en cada uno de ellos, expandiendo el mismo de forma diferente y aportando nuevos aspectos al mundo narrativo, haciendo partícipe de ello a la audiencia e integrándola en cada uno de sus elementos. Para Jenkins, indudablemente, funciona como una gran herramienta de marketing, cómo ejemplos más representativos los podemos encontrar en Star Wars en su lanzamiento de 1977 o Matrix en 1999 y 2003, que ya integran tanto film, cómic o videojuegos. Pero a su vez, y por medio de la interactividad, la narrativa transmedia ayuda a que los usuarios y/o audiencia conecten de forma bidireccional y, a un mismo tiempo, con otros usuarios, propiciando la creación de una comunidad fan o integrando a la misma en una red de colaboración donde pueden actuar y jugar un rol importante en el desarrollo de las narrativas de ficción. Por otro lado, la convergencia de medios ha posibilitado que la tv, cine o prensa escrita, deje de tener la exclusividad para la difusión de contenidos, ya sea en la ficción o no ficción, destacando además una cultura también convergente, como indica Jenkins⁴, dónde las transformaciones

¹ Para una revisión del activismo digital, ver las obras de M. Castells, *Comunicación y poder* (Madrid: Alianza, 2009) y *Redes de indignación y esperanza* (Madrid: Alianza, 2012); Y. Benkler, *The wealth of networks. How social production transforms markets and freedom* (New Haven (CT), EU: Yale University Press, 2006); Shirky, C., *Here comes everybody. The power of organising without organizations* (New York: Penguin Press, 2008).

² M., Kinder, *Playing with Power in Movies, Television and Video Games* (California, UE: University of California Press, 1991), 1-5.

³ H., Jenkins, "Transmedia Storytelling. Moving charecters from books to films to video games can make them stronger and more compelling", *MIT Technology Review*, (January 15, 2003). <https://www.technologyreview.com/s/401760/transmedia-storytelling> (Consultado, 15 de noviembre de 2018).

⁴ H. Jenkins, *Covergence Culture: Where Old and the New Media Collide*. New York: New York UP, 2006). Ed., en castellano: *Convergence Culture. La cultura de la convergencia de los medios de comunicación* (Barcelona: Paidós, 2008).

culturales, político-sociales y los avances tecnológicos, están permitiendo que las audiencias, como usuarios, sean a un mismo tiempo productores, en lo que Marshall McLuhan y Barrington Nevitt⁵, en su obra *Take Today* de 1972 y Alvin Toffler⁶ en 1980, con su obra *La Tercera Ola*, popularizaran con el término Prosumers, dónde los propios usuarios son también generadores-productores de contenido. En otra vertiente, la importancia del flujo de las audiencias a través de múltiples plataformas que en la comunidad fan tiene un valor añadido de compromiso como afirman Jenkins, Ford y Green⁷, aportan una nueva dimensión a la cultura participativa por medio de la red, que se traduce, según los autores, en la necesidad de nuevos enfoques y planteamientos en los espacios de la política, la cultura u otros ámbitos como la economía o las estructuras legales. No obstante, debemos destacar la importancia de estas nuevas formas de participación digital que, aunque alejadas de formas más clásicas de participación o activismo, nos muestran un interés por el acercamiento a las mismas.

Objetivos y metodología

La selección de los proyectos transmedia Mylo Xyloto, de Coldplay, y Year Zero, de Nine Inch Nails, como objeto de análisis a través del estudio de caso, destaca especialmente por la capacidad que tuvieron de integrar los diferentes elementos transmedia que los conformaron y por el diseño de interacción con la comunidad fan a través de las numerosas plataformas que se crearon, así como las diferentes redes sociales; que propiciaron la participación colaborativa de los usuarios, en torno a la comunidad fan, y con un objetivo común de apoyo y difusión de los propios objetivos de crítica social y política, inspirada en sociedades distópicas, que inspiraron a ambas bandas en la creación de sendos proyectos.

Para este estudio de la influencia de las comunidades de fans y su papel dentro de la cultura participativa y colaborativa, y específicamente como formas de activismo político en narrativas de ficción, hemos tenido en cuenta los siguientes objetivos principales:

- 1/Analizar el rol de las comunidades de fans como prosumers y nuevas formas de activismo.
- 2/Analizar los principales elementos de narrativa transmedia sobre los estudios de caso seleccionados, así como sus plataformas y redes sociales.

La metodología empleada ha consistido en una aproximación teórica descriptiva de la literatura sobre narrativas transmedia y participación colaborativa de las comunidades de fans, a través de la esfera pública digital y dentro del marco del activismo digital. Por otra parte, se ha utilizado una metodología cualitativa partiendo del estudio de caso en las ciencias sociales, como descripción y análisis detallado de una unidad social, como indica Yin⁸. En este sentido, y aplicado a nuestro objeto de estudio, Stake R., define el estudio de casos como "el estudio de la particularidad y complejidad de un caso

⁵ M. McLuhan and B. Nevitt, *Take Today: the Executive As Dropout* (New York: Harcourt Brace Jovanovich, 1972).

⁶ A. Toffler, *The Third Wave*. (New York: William Morrow and Company, 1980). Ed. en castellano, *La Tercera Ola* (Barcelona: Plaza & Janes, 1980), 275.

⁷ H. Jenkins, S. Ford, and J Green, *Spreadable Media*. New York: New York University Press. Ed castellano: *Cultura Transmedia. La creación de contenido y valor en una cultura en red* (Barcelona: Gedisa, 2013), 25-26.

⁸ R. Yin. *Case Study Research: Design and Methods* (London: Sage, 1989).

singular para llegar a comprender su actividad en circunstancias importantes⁹, es por este motivo, por lo que destaca su carácter descriptivo y comprensivo, para entender mejor la casuística del objeto de estudio. En esta línea, nuestro estudio está basado en la descripción, para identificar y describir los factores que ejercen influencia en el fenómeno estudiado, para ello realizamos una aproximación al estudio de la narrativa transmedia de los proyectos Mylo Xyloto y Year Zero, álbumes conceptuales de las bandas Coldplay y Nine Inch Nails, respectivamente, y que fueron presentados como proyectos transmedia, focalizando nuestro análisis respecto a sus elementos transmedia y plataformas y redes sociales empleadas, en las que la comunidad fan participó de forma colaborativa en la interacción y generación de contenido.

En la siguiente tabla, están recogidos los elementos transmedia, así como las plataformas y redes sociales que ambos proyectos utilizaron y que comprenden el marco de estudio específico de ambos proyectos en el presente análisis:

| | MYLO XYLOTO | YEAR ZERO |
|-------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Elementos Transmedia | Álbum –tracks- Conciertos gira –web /YouTube- Comic Film Coldplay Live 2012 CGU | ARG (Juego de Realidad Alternativa) Álbum –tracks- Conciertos gira CGU |
| Plataformas y redes sociales | Web comunidades de fans Blogs (Post) Foro Coldplaying.com Redes Sociales: -Facebook y Twitter | Web Year Zero: anotherversionofthetruth.com uswiretap.com hollywoodinmemoriam.com thewaterturnetoblood.net Blogs/webs comunidad fan Redes Sociales: -YouTube y Vimeo |

Tabla 1
Elementos transmedia, plataformas y redes sociales
Fuente: elaboración propia

Participación colectiva y comunidad fan

El antropólogo Pierre Lévy¹⁰, en su obra *Collective Intelligence* de 1997, aborda las dimensiones sociales de las comunidades de fans, como un ensayo general del funcionamiento futuro de la cultura, aludiendo a las mismas como una <<utopía realizable>>, no como resultado único de las transformaciones tecnológicas, sino un paradigma al que debemos dirigirnos como modelo social, en el cual como indica Jenkins¹¹, la gente está aprendiendo a vivir y colaborar en una comunidad de conocimientos: "Estamos probando a través del juego pautas de interacción que pronto penetrarán en todas las demás dimensiones de nuestras vidas. En resumidas cuentas, Lévy nos ofrece un modelo para una política basada en los fans"¹².

⁹ R. E. Stake, *Investigación con estudio de casos* (Madrid: Morata, 1998), 125.

¹⁰ P. Lévy, *Collective Intelligence: Makind's Emerging World in Cyberspace* (Cambridge: Perseus, 1997), 217.

¹¹ H. Jenkins, *Fans, Bloggers and Gamers. Exploring Participatory Culture*. New York: New York University Press, 2006). Ed. en castellano: *Fans, blogueros y videojuegos. La cultura de la colaboración* (Barcelona: Paidós, 2009).

¹² H. Jenkins, *Fans, blogueros y videojuegos ...* 162.

En esta misma línea, Jenkins apunta además a una nueva cultura participativa como audiencia interactiva, que paulatinamente se está configurando en confluencia de tres tendencias, como son, por un lado, según afirma el autor, las nuevas herramientas y tecnologías que posibilitan a los consumidores las acciones de comentar, archivar y difundir de nuevo los contenidos mediáticos. La importancia de las subculturas como impulsoras de la producción mediática, en el concepto de <<hazlo tú mismo>> y, por último, las tendencias económicas del sector mediático, que demandan nuevos tipos más activos de espectadores, para el fomento de sus contenidos por diferentes canales¹³.

Para Jenkins, la audiencia interactiva tiene una función principal, convirtiéndose en más que un concepto de mercadotecnia y menos que una <<democracia semiótica>>¹⁴. En este sentido, las aportaciones de Lévy respecto a la red y su función de propiciar la comunicación rápida, la participación en la toma de decisiones de una forma más amplia, así como nuevos modelos de ciudadanía y convivencia en comunidad, tiene como objetivo elevar a los grupos autoorganizados a través de la red- como las comunidades virtuales - como comunidades de conocimiento, en donde el debate, discusión, negociación y desarrollo colectivos pueden desarrollarse¹⁵. En esta vertiente, podríamos considerar, según afirma Jenkins, que las comunidades de fans en línea podrían pertenecer a los denominados grupos autoorganizados que apunta Lévy, con una dimensión de producción y debate colectivo: "así como a la propagación de significados, interpretaciones y fantasías en respuesta a varios artefactos de la cultura popular contemporánea"¹⁶. La cultura fan, especialmente entre la cultura juvenil, se manifiesta como una apropiación simbólica donde se desarrolla la práctica performativa en la puesta en escena para dar sentido, identidad y dotar de diferencia. Como afirma Muñoz, el consumo de bienes y el uso de medios "no son pasivos e indiscriminados, sino prácticas de creatividad simbólica"¹⁷, teniendo la juventud el control para la apropiación y reinterpretación de los contenidos. Autores como M. de Certeau¹⁸, consideran la práctica fan juvenil como forma de subvertir los significados de la cultura dominante. En este sentido, para U. Beck¹⁹ la sociedad del riesgo lleva a los jóvenes a buscar constantemente una estabilidad, que se traduce en la búsqueda de una identidad basada en los valores simbólicos a través de los productos que consumen, tanto provenientes de la publicidad, el cine o la generada por los medios o cualquier obra. La generación de contenidos y su consumo en múltiples medios o plataformas, ha derivado indudablemente en una tendencia de los usuarios en la formas de consumo, y es en este caso cómo las comunidades de fans se convierten especialmente en "digital fandom" cómo consumidores digitales en palabras de Bennett²⁰, ya sea para su información, educación

¹³ H. Jenkins, Fans, blogueros y videojuegos ... 163.

¹⁴ H. Jenkins, Fans, blogueros y videojuegos ... 175.

¹⁵ P. Lévy, Collective Intelligence: Makind's ... 217.

¹⁶ H. Jenkins, Fans, blogueros y videojuegos ... 165.

¹⁷ G. Muñoz, "El consumo juvenil en la sociedad mediática", *Comunicação Midia e Consumo*, vol: 5, N 12. (2008): 67. <http://dx.doi.org/10.18568/cmc.v5i12.116> (Consultado 20 - mayo-2020).

¹⁸ M. De Certeau, "L'Invention du quotidien Arts de fraire" in GIARD, Lue (nouvelle ed.). Vol 1 (París: Gallimard, 1990), citado en G. Muñoz, "El consumo juvenil ...67-68

¹⁹ U. Beck, "From Industrial Society to the Risk Society: Questions of Survival, Social Structure and Ecological Enlightenment". *Theory, Culture of Society* (Sage, London, Newbury Park and New Delhi), vol: 9 (1992): 97-123. <https://doi.org/10.1177%2F026327692009001006> (Consultado 29 - junio-2020).

²⁰ L. Bennett, "Tracing Textual Poachers: Reflections on the development of fan studies and digital fandom". *The Journal of Fandom Studies*, Vol: 2, Numbre 1, 1 (April 2014): 5-22 (16). Intellect. https://doi.org/10.1386/jfs.2.1.5_1. (Consultado 5-abril-2019).

y/o entretenimiento, posibilitando la red, sin duda, dentro de la esfera pública, un relevante foro de discusión y activismo digital ciudadano para una participación colectiva y colaborativa.

Fandom y nuevas formas de activismo

Según el estudio sobre activismo y comunidades de fans de Melissa Brough y Santiga Shresthova: "Fandom Meets activism: Rethinking Civic and Political Participation"²¹, el activismo de los fans reside en la intersección de la cultura y la política de la participación, dotando de un significado más amplio a la propia acción colectiva. Las autoras proponen cuatro áreas para su análisis, la primera que residiría en las relaciones entre la participación cultural y la política; la tensión entre la participación y la resistencia en el contexto del activismo de los fans; el efecto y roles del mundo de los contenidos en la movilización cívica y política; y la evaluación del impacto del activismo fan. De los resultados desprendidos de sus estudios de medios y revisión de la literatura sobre movilizaciones sociales, ofrecen ideas para la teorización de la cultura contemporánea y los modelos de acción colectiva. En este sentido, afirman que nos enfrentamos actualmente en un debate sobre cómo el fandom y las culturas del entretenimiento participativo, pueden estar influyendo y transformando "our understanding of civic and political mobilization"²².

Los fans son habitualmente entendidos como comunidades de individuos que se involucran y comprometen fielmente, además de encontrar su identidad en la propia cultura popular, son muy diversas sus formas de expresión, desde la escritura y producción relacionada con la cultura pop, "vids" vídeos de ficción o remezclados, autopublishing, análisis de contenidos multimedia, juegos de rol u organización de eventos y actividades²³, constituyendo identidades colectivas o subculturas a partir de los intereses y gustos compartidos según Duffett²⁴. Si entendemos el activismo como la consecución de acciones para conseguir un cambio social y político, el fan activismo, sin embargo, según ciertos autores como Lichtenberg, Marshak y Winston o Scardaville²⁵, ha estado más centrado en actividades aficionadas de formas de lobbyng para un resultado concreto y sin demasiado peso significativo, como la representación de minorías raciales o sexuales²⁶, así como la defensa de temas sociales en programas²⁷, que en realidad,

²¹M. Brough and S. Shresthova, "Fandom Meets activism: Rethinking Civic and Political Participation" in "Transformative Works and Fan Activism ed. Jenkins, H. and Shresthova, S., special issue, Transformative Works and Cultures, no. 10 (2012): 1-2. doi:10.3983/twc.2012.0303, <https://doaj.org/article/674565285a0842c7988c8cd96909b2a3> (Consultado 5-abril-2019).

²² M. Brough and S. Shresthova, "Fandom Meets activism ... 1.

²³ Ver K. Hellekson y K. Busse, eds. (2006). *Fan Fiction and Fan Communities in the Age of Internet: New Essays*. (Jefferson, NC: McFarland, 2006) y H. Jenkins, *Textual Poachers. Televisión Fans and Participatory Culture* (London: Routledge, 1992).

²⁴ M. Duffett, "Understanding Fandom: An Introduction to the Study of Media Fan Culture" (New York: Bloomsbury Academy, 2013). Citado en: Steven, N.T., Sauro, S. & Smith, B., *Thecnologies, Identities, and Expressive Activity*. *Annual Review of Applied Linguistics*, Vol: 35 (2013): 215-233. <https://doi.org/10.1017/S0267190514000257>. (Consultado 30-marzo-2019).

²⁵ Sobre fan activismo se pueden consultar las siguientes obras: J. Lichtenberg, S. Marshak and J. Winston. *Star Trek Lives!* (New York: Corgi, 1975) y M. C Scardaville. "Accidental Activists: Fan Activism in the Soap Opera Community", *American Behavioral Scientist*, vol: 48 (2005): 881-901. <https://doi.org/10.1177/0002764204273174>. (Consultado 4-abril-2019).

²⁶ Ver E. Garber and L. Paleo, *Uranian Worlds: A Reader's Guide to Alternative Sexuality in Science Fiction and Fantasy* (Boston: G.K. Hall, 1983) y L. K. López, "Fan Activists and the Politics

como afirma Earl y Kimport²⁸ son más un resultado de un activismo político pero no utilizado con fines políticos.

No obstante, actualmente tanto el activismo como el fan activismo, presentan similitudes de manifestación a través de la red, asumiendo el primero prácticas como el individualismo interconectado o en red, como afirma Wellman²⁹, hibridando la fuerza de la comunidad, sus demandas y la "fuerza de los lazos débiles" que podemos encontrar en las redes sociales, según Burgess, Foth y Klæbe³⁰, organizándose en torno a un interés compartido, que por medio de las movilizaciones activistas contemporáneas alcanzan una visibilidad más evidente hoy en día³¹.

En este sentido, es lo que denomina Sousa Santos como "localismo globalizado"³², como fenómeno que nace en un determinado lugar pero que se expande de una forma global por el poder hegemónico de expansión cultural, muestra de ello lo podemos encontrar en determinados movimientos como #Me Too, el cual se hace viral no sólo por la relevancia e impacto de las actrices del mundo de Hollywood que lo secundan, sino por la amplificación que encuentran a través de los fans y seguidoras de estas artistas³³.

No obstante, podemos destacar el rol de las comunidades de fans acercándonos más a la importancia de las mismas en los entornos de narrativas de ficción, destacando según el estudio de Jacquelyn Arcy y Zhana Johnson³⁴, cómo los fans de la serie *Sleepy Hollow* (2013-17) y seguidores de su protagonista, la policía afroamericana de color, Abbie Mills, hacen uso de las redes sociales para contrarrestar y remodelar los arquetipos de las mujeres de color representados por la industria del cine que, incluso, como indica la

of Race in *The Last Airbender*". *International Journal of Cultural Studies*, Vol: 14 (2011): 1-15. <https://doi.org/10.1177/1367877911422862>. (Consultado 4-abril-2019)

²⁷ S. M. Ross, *Beyond the Box: Television and the Internet* (Malden, MA: Blackwell, 2008).

²⁸ J. Earl and K. Kimport, "Movement Societies and Digital Protest: Fan Activism and the Other Nonpolitical Protest Online". *Sociological Theory*, Vol: 27 (2009): 220-43. <https://doi.org/10.1111/j.1467-9558.2009.01346.x>. (Consultado 5-abril-2019).

²⁹ B. Wellman "Physical Place and Cyberplace: The Rise of Personalized Networking". *International Journal of Urban and Regional Research*, vol: 25 (2), (2001): 227-52. Disponible en doi: 10.1111/14682427.00309. (Consultado 5-abril-2019).

³⁰ J. Burgess, M. Foth and H. Klæbe, "Everyday Creativity as Civic Engagement: A Cultural Citizenship View of New Media". Paper presented at the 2006 Communications Policy and Research Forum, Sydney, Australia, (Septiembre 25-26), 6. http://www.networkinsight.org/events/cprf_2006.html. (Consultado 3-junio-2019).

³¹ M. Castells, "Communication, Power and Counterpower in the Network Society". *International Journal of Communication*, Vol: 1 (2007): 239. <https://ijoc.org/index.php/ijoc/article/view/46>. (Consultado 5-junio-2019).

³² B. S., Santos, "Hacia una concepción multicultural de los derechos humanos. *El otro derecho*", Vol: 28 (Julio 2002): 64. <http://hdl.handle.net/10316/44183>, (Consultado 26-junio-2020).

³³ J. Muñoz-Saavedra, "Una nueva ola feminista... más allá de #MeToo. Irupción, legado y desafíos". En P. Rivera-Vargas, J. Muñoz-Saavedra, R. Morales Olivares y S. Butendieck-Hijerra (Ed.). *Políticas Públicas para la Equidad vol: II*. [Preprint] (2019): 5-6. Santiago de Chile: Colección Políticas Públicas, Universidad de Santiago de Chile. https://www.researchgate.net/publication/334481151_Una_nueva_ola_feminista_mas_alla_de_MeToo_Irupcion_legado_y_desafios, (Consultado 23-mayo-2019).

³⁴ J. Arcy and Z. Johnson, "Intersectional Critique and Social Media Activism in *Sleepy Hollow* Fandom." In "Social TV Fandom and the Media Industries", edited by Myles McNutt, special issue, *Trans-formative Works and Cultures*, Vol: 26 (2018): (3.4). <https://journal.transformativeworks.org/index.php/twc/article/view/1132> <http://dx.doi.org/10.3983/twc.2018.1132>, (Consultado 26-junio-2020).

autora, podrían en cierto modo condicionar la evolución del personaje en sus diferentes temporadas. Esta línea de investigación justifica nuestro análisis del estudio de caso de los proyectos de narrativa transmedia de ficción Mylo Xyloto y Year Zero, que tuvieron como protagonistas a la comunidad fan, como pieza importante de su desarrollo, y que demuestran, que desde narrativas procedentes de la ficción, pueden producirse formas de activismo digital, con relevancia dentro de la esfera pública, potenciado por la participación colaborativa de la comunidad fan.

Mylo Xyloto y Year Zero, estudios de caso para el análisis de las comunidades de fans como activismo colaborativo

Desde los años 60 y 70 en el ámbito de la música los álbumes conceptuales han servido como plataformas de protesta y expresión artística, álbumes como Stg. Pepper's Lonely Hearst Club Band de The Beatles o The Wall de Pink Floyd, han llevado inherente un mensaje de crítica al sistema, como afirma Rose³⁵, potenciado por la conexión entre los fans y los artistas. En este sentido, desde contenidos provenientes de la ficción, como representan el caso de los álbumes conceptuales de Mylo Xyloto y Year Zero, los elementos transmedia sirvieron para conectar de forma colaborativa a la comunidad de fans como verdaderos prosumers, generadores de contenidos y piezas clave para la interpretación y resolución del juego de ARG en el caso de Year Zero o las canciones del álbum de Mylo Xyloto hacia el comic. Debemos destacar que las narrativas transmedia, en su relación con sus audiencias, usuarios o comunidades de fans, necesitan interconectar con el propio mundo narrativo, generando contenidos, interpretando información o construyendo hipótesis, como afirma Scolari "cada medio o plataforma genera diferentes experiencias con los usuarios"³⁶, destacando especialmente, para la interacción de las audiencias o fans, las redes sociales como webs específicas o juegos de realidad alternativa-, ya que permiten conversar, cooperar, investigar y compartir. Los dos ejemplos de estudio de caso utilizados para este análisis, en esta línea, plantean la idea de una sociedad distópica, utilizando el arte como elemento subversivo, e inspirados por las sociedades distópicas representadas en obras como 1984 de George Orwell (1949)³⁷, Un Mundo Feliz, de Aldoux Huxley (1932)³⁸ y Fahrenheit 451 de Ray Bradbury (1953)³⁹. Para ello el estudio tiene el principal objetivo de analizar los diferentes elementos transmedia, así como el uso de plataformas digitales y redes sociales, y sus diversas formas de involucrar a los fans en sus objetivos de concienciación para la acción.

Mylo Xyloto o la fuerza de la comunidad fan ante "All is lost"

Mylo Xyloto, corresponde al quinto álbum lanzado por la banda de rock alternativo o pop rock, Coldplay, en 2011. El significado de las palabras que titulan el álbum, según el líder de la banda Chris Martin, y en declaraciones al diario The Sun⁴⁰ y The Guardian⁴¹ en

³⁵ P. Rose, Roger Waters and Pink Floyd: The Concept Albums (London: Fairleigh Dickinson University Press, 2015)

³⁶ C.A. Scolari, Narrativas Transmedia. Cuando todos los medios cuentan (Barcelona: Deusto, 2013), 88-89.

³⁷ G. Orwell, 1984 (New York: Harcourt, Brace & Co, 1949).

³⁸ A. Huxley, Brave New World (Un mundo feliz) (México: Diana, 1932).

³⁹ R. Bradbury, Fahrenheit 451 (Buenos Aires: Minotauro, 1958).

⁴⁰ The Sun, "Is Mylo Xyloto Coldplay's last ever album?", The Sun, London (UK), 11, aug, 2011, 1. <https://www.thesun.co.uk/archives/music/713178/is-mylo-xyloto-coldplays-last-ever-album/>. (Consultado 18 -junio -2019).

agosto de 2011, no tienen un significado especial, pero conceptualmente dentro del álbum está relacionado con el graffiti y sus formas de expresión artística de protesta.

Los elementos de narrativa transmedia que presentaba por orden de aparición fueron: el álbum, del mismo nombre, el videoclip "Hurts Likes Heaven" y un comic, que en julio de 2012 fue presentado en el Comic-Con International de San Diego, con seis partes. Por otro lado, aportó diferentes plataformas y webs de la comunidad fan, para resolver las diferentes hipótesis e interpretación de los diversos personajes recreados en el mundo narrativo, finalizando con la grabación de un concierto el Coldplay Film Live 2012, en Glastonbury.

El universo Mylo Xyloto, como proyecto transmedia, presenta una sociedad distópica orwelliana, denominada Silencia, el cual está inspirado estéticamente en el mundo del graffiti para proporcionar un aspecto de rebeldía al álbum conceptual, así como a la puesta en escena de sus conciertos por medio de performances o representaciones visuales de las letras⁴². Pero, no obstante, debemos destacar que fueron principalmente los movimientos de protesta, como el movimiento estudiantil anti-nazi Rosa Blanca, -que en los años 40 se opuso a la Alemania nazi de Adolf Hitler- o elementos de la ficción como los gobiernos representados en la serie The Wire, los que influenciaron el proyecto transmedia, con un claro objetivo de crítica ante los sistemas de opresión y defensa de la libertad, así como la reivindicación del poder de la creatividad, como afirman López⁴³ y Eells⁴⁴.

Por otro lado, encontramos una sociedad distópica semejante a la recreada por Orwell en su obra 1984, en este sentido, el mundo distópico presentado en el comic llamado Silencia, presenta un estado policial, gobernado por seres de otro planeta, denominados Irdoks, dónde está prohibida la libertad de expresión y presenta un mundo oscuro y frío, en el cuál la luz y el color no existen.

Numerosos carteles con un ser ordenando silencio plagan las calles de esta sociedad distópica, vigiladas con cámaras de seguridad, además de letreros en los que figura "Color is crime", y pequeños cartelitos a modo de post-it amarillos reflejan el estado emocional de una sociedad oprimida, leyendo en algunos de ellos como "All is lost". Diferentes personajes como los policías, denominados "Silencers", intentan hacer desaparecer a una pequeña minoría denominada "Sparkers" creadores de graffitis musicales, que intenta oponerse a la Ley CALM (Chromatic and Acoustic Level Management), promulgada por el jefe de los Irdoks, Major Minus, que como líder dictador, tiene el objetivo de limitar el nivel cromático y acústico, además, de intentar, por todos los

⁴¹ Michael Hann, "Coldplay announce new album title: any one know what a Mylo Xyloto?" The Guardian, International Edition, 12, aug, 2011. <https://www.theguardian.com/music/2011/aug/12/coldplay-new-album-mylo-xyloto>. (Consultado 18 - junio- 2019).

⁴² L. A. Burns, "The Concept Album as Visual-Sonic- Textual Spectacle: The Transmedial Storyworld of Coldplay's Mylo Xyloto. IASPM@journal ISSN 2079-3871. Open Journal Systeme, vol: 6, No 2 (2016). <https://numerov.com/dspace/es/theconceptalbumasvisualsonictextualspectaclethetransmedial.pdf>. (Consultado 6-abril-2019)

⁴³ B. López. "Deciphering Mylo Xyloto" (11.11-2011). Harvard Political Review (2011). <https://harvardpolitics.com/books-arts/deciphering-mylo-xyloto/> (Consultado 8-abril-2019).

⁴⁴ J. Eells, Review: Coldplay – "Mylo Xyloto". Rolling Stone, (17-october-2011) 75-76. <http://www.rollingstone.com/music/albumreviews/myloxylo-20111017>. (Consultado 8-abril-2019).

medios, manipular a la población, sobre todo a través de la Hypnofeed, instrumento de contenido audiovisual, que mantiene a la población adormecida. Por otra parte, existe la creación de un enemigo, los Eaters, seres de otros planetas que han invadido Silencia y que pretenden implantar el color y la música, derivando en la denominada "Guerra del Color"⁴⁵.

El contexto de la narrativa transmedia, fue creado desde las canciones del álbum y posteriormente el videoclip "Hurts likes Heaven", que introduce de una forma visual el mundo de Silencia, y los personajes a través del comic. La fuerza narrativa se expande hasta los usuarios, como fans y creadores de contenido, en su función de prosumers. En este sentido, Mylo Xyloto utilizó diferentes plataformas dónde los fans pudieron interpretar el significado de la narrativa transmedia presentada, especialmente entre las plataformas digitales de fans en todo el mundo y las principales redes sociales como Facebook o Twitter⁴⁶, que ayudaron a comprender e interpretar cada uno de los personajes, con su significado simbólico en el propio universo Mylo Xyloto, colaborando además a expandir un mensaje de concienciación como crítica a los sistemas políticos totalitarios o autoritarios, y tomando como base la inspiración en los mundos distópicos que refleja el propio álbum conceptual de Coldplay⁴⁷.

Los principales elementos transmedia del proyecto, citados anteriormente, estuvieron apoyados por la portada del disco, que consistió en un inmenso graffiti, pintado por el artista Paris, dividido en 9 módulos, y que desde el cual se trabajó artísticamente para la portada e interior del álbum, permitiendo además que los propios fans intervinieran en la misma, con la posibilidad de la inclusión de sus propias iniciales⁴⁸. Pero sin duda, fueron las interpretaciones de las letras por parte de los fans por medio de la red, -partiendo de la constitución del álbum en cuatro grupos de canciones- los que empezaron a componer la narración transmedia y su significado, desde su personaje principal Mylo, y resto de protagonistas, así como sus núcleos narrativos. Como ejemplo destacado, podemos hacer mención a un post del blog de David Somerville⁴⁹, director creativo de publicidad en Washington, quien intenta dotar de sentido, a las letras y el mensaje del videoclip, anunciando, por otro lado, la creación del comic para el siguiente año.

Por otra parte, los distintos vídeos de los sencillos del disco sirven para adelantar la trama del álbum, aunque el antecedente fue el vídeo de "Every teardrop is a waterfall" lanzados en su sitio web y canal YouTube, y que sirvieron para que las comunidades de fans, por medio de foros como Coldplaying.com, pudieran ir acercándose al propio mensaje introductorio de lo que consistiría el propio álbum Mylo Xyloto, al mostrar a la banda tocando con un fondo de un graffiti, y siendo el último sencillo del disco Mylo Xyloto, "Hurts likes Heaven". En sus imágenes, se puede observar la promoción de lo que

⁴⁵ E. F. Rodríguez, "Más allá de la música: análisis de la narrativa transmedia en el álbum conceptual Mylo Xyloto de Coldplay". Tesis pregrado, Pontificia Universidad Javeriana, (2014), 54-60. <https://repository.javeriana.edu.co/handle/10554/14790>. (Consultado 30-marzo-2019).

⁴⁶ Para la consulta de las páginas de Facebook o Twitter, que aún siguen abiertas, se puede consultar en los siguientes enlaces: Facebook (Mylo Xyloto, creada el 12 de agosto de 2011) <https://www.facebook.com/MYLO-XYLOTO-146007148816697/>. En la actualidad cuenta con 23.752 seguidores y 24.486 le gusta. Por otra parte, se encuentra la cuenta de Twitter Hypnofeed: <https://twitter.com/hypnofeed> que en la actualidad cuenta con más de 600 seguidores.

⁴⁷ J. Eells, Review: Coldplay – "Mylo Xyloto"... 76

⁴⁸ E. F. Rodríguez, "Más allá de la música ... 62

⁴⁹ Para la consulta de este blog (David Somerville), se encuentra disponible en (<http://www.smrvi.com/blog/mylo-xyloto-a-listeners-guide/>)

sería el comic, al comenzar el videoclip, abriendo una página del mismo, y dónde se pueden observar más imágenes del mundo distópico presentado por Mylo Xyloto y la promoción del comic al final del videoclip. - que dará paso a su lanzamiento en 2012-, ayudando a comprender a los fans el universo transmedia, desde una simple historia de amor, desprendido de las letras del álbum, a una historia con un significado más profundo y trasfondo político, que también llegaría a través del videoclip y su anuncio como comic y que la comunidad fan pudo compartir e interpretar por las diferentes redes sociales como Facebook o Twitter y diferentes plataformas web.

El lanzamiento del comic en octubre de 2012, creado por Mark Osbourne, y editado por Bongo Comics, sirvió para que la comunidad de fans, de forma colaborativa, encajara todas las piezas de la narración transmedia del álbum conceptual, además de la apropiación de imágenes, a través del denominado speed painting como fan art, y en el uso de todos los elementos transmedia, en lo que Burns⁵⁰, interpreta, junto al contenido artwork en el conjunto del álbum conceptual de Mylo Xyloto, el contenido en sus web oficial, o la narración expandida en sus videoclips; como verdaderos instrumentos para la expansión de todos los significados del álbum y como concepto de la expresión de una sociedad distópica. Según apunta la autora, cada canción o videoclip aporta una narrativa distinta que puede ser interpretada de formas diferentes por el usuario o fan, en una labor de creación de valores superiores y constructores sociales: "combine and intersect to suggest larger values and social constructs"⁵¹.

Year Zero y la comunidad fan en la resistencia

Year Zero, es un proyecto transmedia, presentado en 2007, por la banda de rock industrial Nine Inch Nails que supera las expectativas de participación del usuario fan, con mayor preponderancia y fuerza que Mylo Xyloto. Como elementos transmedia utiliza el lanzamiento de un ARG, antes incluso que el lanzamiento del álbum, y por medio del espacio público, así como miles de sitios webs, en una colaboración participativa de los fans, va construyendo el principal mensaje que el líder de la banda Trent Reznor quería transmitir, con un claro objetivo y mensaje político, presentando una sociedad distópica como crítica a las políticas antiterroristas de Georges Bush, en la adopción de la USA PATRIOT ACT, tras los atentados del 11 de septiembre de 2001.

Los principales elementos transmedia utilizados por Year Zero, son el ARG, las canciones del álbum, del mismo nombre, y el contenido generado por el usuario a través de la red, tres elementos que se funden conceptualmente para dotar de significado al álbum y el ARG. La investigadora Katheryne Wright, en el análisis de la experiencia Year Zero, como lo denomina en su estudio "Nine Inch Nails `Year Zero` and the Biopolitics of media convergencie"⁵², resalta el contexto en el que se lanza el proyecto, no sólo por las medidas antiterroristas llevadas a cabo por la Administración Bush, sino también por la invasión de Irak en 2003, que provoca un clima en Estados Unidos de protesta desde determinados ámbitos de la intelectualidad y artistas contra este tipo de medidas y que generan un debate, en el que se confrontan las posturas más críticas, con aquellas voces

⁵⁰ L. A. Burns, "The Concept Album as ... 101-102

⁵¹ L. A. Burns, "The Concept Album as ... 102

⁵² K. Wright, "Nine Inch Nails `Year Zero` and the Biopolitics of Media Convergencie" in Fisher, Joseph P. and Flota, Brian (Ed.). (2016) (1ª ed 2011) 95. *The Politics of Post-9/11 Music: Sound, Trauma, and the Music Industry in the Time of Terror* (London and New York, (UK-EU): Routledge Taylor & Francis Groups, 2016), 93-104.

más partidarias de un Jingoismo y defensa de la patria por encima de todo, en lo que denomina Wright como la "biopolítica del poder"⁵³, basado en las Teorías Postestructurales y Teoría Crítica de los medios, con los estudios de Michael Foucault de 1976⁵⁴ sobre el biopoder, y las Sociedades de Control, propuestas por Guilles Deleuze en 1992⁵⁵.

La comunidad fan de la banda NIN, desde las primeras pistas que son lanzadas para el juego de ARG, actúa de forma colaborativa, creando como prosumers una cadena de interpretaciones para poder descifrar todo el entramado del juego por medio de la red o el espacio público. El álbum conceptual Year Zero, utiliza como elemento transmedia el ARG para presentar una sociedad distópica, como las presentadas, igualmente, por Orwell (1949), Huxley (1932) o Bradbury (1953), presentando una distopía en un hipotético Estados Unidos del año 2022 gobernado por un sistema totalitario que tiene alienada a la población, y donde América "renace de nuevo" en un nuevo calendario, situando este año 2022 en el Año Cero "Year Zero". En esta coyuntura, destaca el surgimiento de un grupo de disidentes, denominados La Resistencia, que intenta alertar a la población en 2007, para unirse a la lucha e intentar evitar el estado postapocalíptico al que se ven derivados⁵⁶.

Por medio de lemas como "Art is Resistance", "Take Action", "You have a voice. How are you going to use it?" o prácticas de expresión artística, como pintar murales en ciertas ciudades como Los Ángeles y con gran relevancia en la prensa⁵⁷; el grupo de disidentes, promovido por los propios organizadores del juego, junto con todos los fans o usuarios del ARG, consiguen a través de las redes, mensajes de texto a móviles o mails, involucrar en la experiencia transmedia con mayor inmersión y activismo a la comunidad de fans, al identificarlos con escenas cotidianas de la vida, que les acerca, a su vez, a una realidad más próxima, como afirman Kim, Lee, Thomas & Dombrowski⁵⁸. Desde un inicio, la promoción del proyecto Year Zero tuvo una particular forma de lanzamiento, con camisetas con mensajes ocultos, como: "IMTRYINGTOBELIEVE" que reconducía a los fans a una página web del mismo nombre, en la que la bandera americana ondeaba bajo el lema "America is born again" y que al deslizar el cursor, las imágenes se transformaban en escenas de guerra y catástrofes ecológicas, que reconducía a una nueva web *anotherversionofthetruth.com* (otra versión de la verdad), con mensajes inconexos y cifrados, utilizando el glichart como forma de expresión artística de protesta. Para la comprensión y descifrado de los mensajes que el juego proponía, fueron surgiendo foros como *echoingthesound* que ayudaban de forma colaborativa a la comunidad fan a entender y reflexionar sobre los mensajes ocultos que poco a poco iban apareciendo.

⁵³ K. Wright, "Nine Inch Nails `Year Zero and ...93-94.

⁵⁴ M. Foucault, *The History of Sexuality*, (1ª ed. 1976). Volume One: An Introduction Trans. Robert Hurley. (New York: Vintage Books, 1990).

⁵⁵ G. Deleuze, et al. "Postscript on the Societies of Control". October, vol: 59 (Winter, 1992), The MIT Press, 3-7. <https://www.jstor.org/stable/778828> (Consultado -12 -noviembre-2018).

⁵⁶ H. D. Espinosa-Medina, H. D. y A.M. Pérez-Guerrero, "Year Zero o cómo Nine Inch Nails rompió las barreras de Europa con una experiencia narrativa". *Palabra Clave*, (2017): 375. <http://dx.doi.org/10.5294/pacla.2017.20.2.4> (Consultado 20-noviembre-2018)

⁵⁷ K., Večerek, "Alternative Marketing Strategies in the Music Industry as a Reaction to the Influence of the Internet". (Thesis). Tomas Bata University in Zlín, Poland (2011) 31. <http://hdl.handle.net/10563/17938>. (Consultado 20- noviembre-2018)

⁵⁸ J. Kim, E., Lee, T., Thomas, & C. Dombrowski, C., "Storytelling in new media: The case of alternate reality games, 2001–2009". *First Monday*, Peer-Reviewed Journal on the Internet, vol. 14 (6) (2009). <https://doi.org/10.5210/fm.v14i6.2484> (Consultado 25-noviembre-2018).

Desde el lanzamiento del primer single de Year Zero, *Survivalism*, con el uso de una grabación de una voz, que podía ser escuchada por los fans a través del móvil, o pistas depositadas en los lavabos de los conciertos por medio de USB, se iba propiciando una participación colaborativa de la comunidad fan a través de la red, a la que se fueron uniendo nuevas webs como uswiretap.com, hollywoodinmemoriam.com o thewaterturnetoblood.net, para la introducción de nuevas canciones del álbum o filtración del primer videoclip. Además, se llevó a cabo cartelería y flyers para la promoción del movimiento de resistencia "Art is Resistance", que hacía participar al fan como un activista, no sólo en la red, sino en el espacio público, y expandir su experiencia en nuevas webs que se facilitaban con la compra del álbum, como representaron operationchipsweep.net, themailstrom.com, thepriceoftreason.net o opensource-resistance.net.

Por otra parte, la experiencia de usuario, de un fan ya muy motivado para la acción, incrementó con el lanzamiento del CD, como afirma Caldwell⁵⁹. El CD contó con un material termosensible que al reproducirlo, en combinación con el calentamiento del reproductor, surgía un mensaje binario y la redirección a una nueva web freerebelart.net, que originó igualmente otros sitios webs para colaborar, a modo de grupos de resistencias por parte de los fans, en su papel de fan activistas, en la lucha contra "el oscuro futuro de Year Zero"⁶⁰ en palabras de Odén y Larsson.

Principalmente, podemos observar que tanto la web Open Source Resistance y artisresistance.com., ayudaron a conformar un movimiento de acción colectiva que podríamos traducir en un activismo a través de una comunidad fan participativa, que protagonizó incluso el espacio público, pintando murales al estilo graffiti con motivos del juego de realidad alternativa, en ciudades como Londres o Los Ángeles, o la creación de posters que fueron publicados por diarios como el *Village Voice* de Nueva York, o el *L.A Weekly* de Los Ángeles, con mensajes como: "Voice is the Weapon", y que en realidad, propiciaban un entorno de acción colectiva, implicando a la audiencia o fans y a los medios en la reflexión y concienciación.

Por otro lado, otras webs sirvieron para que el fan generara contenido por el usuario, como el remix de canciones, en remix.nin.com o plataformas como Vimeo o YouTube, destacando este último por el canal "artisresistanceuk" dónde un grupo de artistas editaba imágenes del juego, llegando algunos vídeos a alcanzar hasta las 13 mil visualizaciones, que junto a otras webs como ninforum.com, o los 400.000 comentarios y 5.000 hilos de la página echoingthesound.org constituyen el máximo exponente de la participación colaborativa de la comunidad fan en el proyecto de narrativa transmedia Year Zero.

⁵⁹ S. Caldwell Brown. "Artist autonomy in a digital era: The case of Nine Inch Nails". *Empirical Musicology Review*, Vol: 6(4) num 201, 198-213. <https://doi.org/10.18061/1811/52949> (Consultado 20-noviembre-2018).

⁶⁰ N. Odén & R.S., Larsson. "What makes a marketing campaign a viral success: A descriptive model exploring the mechanisms of viral marketing (Dissertation), Paper. UMEA University, Sweden (2011) 10. urn:nbn:se:umu:diva-45659. (<https://www.diva-portal.org/smash/record.jsf?pid=diva2%3A433110&dswid=-8377>).(Consultado 23-noviembre-2018).

Conclusión

Como principal conclusión, respecto al análisis de los dos estudios de caso, podemos partir de la afirmación que desde narrativas transmedia de ficción se puede manifestar una acción colectiva en forma de activismo, dónde la participación colaborativa de sus fans en la red, como prosumers, generadores de contenido, propicia espacios para la concienciación y la reflexión dentro de la esfera pública digital.

En este sentido, del estudio del significado de las comunidades de fans podemos subrayar la importancia de la dimensión social que le atribuye Pierre Lévy, como un ensayo del funcionamiento futuro de la cultura, como una utopía que además puede ser realizable, como afirma el autor. Esta destacada atribución a las comunidades de fans añade un valor adicional dentro de su papel originario centrado en la cultura fan juvenil, como apropiación simbólica de referentes para dotar de significados, identidad o construir la diferencia. La cultura participativa, como afirma Jenkins, se ve a través del juego y la interactividad de las comunidades de fans abocada a representar un papel con un importante peso en el debate colectivo, que impulsa la propagación de significados e interpretaciones como respuestas a la propia cultura popular contemporánea. En esta línea, la cultura del entretenimiento participativo y el papel del fandom tiene hoy en día, con mayor relevancia, un papel preponderante en la influencia y transformación de la movilización política y social.

Respecto a los dos estudios de caso tenidos en cuenta en el presente análisis, podemos observar cómo el proyecto Year Zero de la banda Nine Inch Nails, muestra un mayor grado de participación o protagonismo de sus audiencias, usuarios o comunidad fan, que su posterior Mylo Xyloto, de la banda Coldplay; y que podemos observar a través del número de webs que nacieron alrededor del proyecto, ideados por sus responsables creadores o por las propias comunidades de fans.

Por otro lado, la concepción de ambos álbumes conceptuales como proyectos transmedia, propicia la participación de la comunidad fan, para la interpretación de las pistas a través de las canciones, que derivarían en el lanzamiento del comic, en el caso de Mylo Xyloto, o en la sucesión de las misteriosas pistas a través el espacio público como sucedió en los conciertos de Year Zero, dónde se utilizaron dispositivos USB para la comunicación de las pistas o mensajes de texto vía móvil, que ayudaban a la reconstrucción del Juego de Realidad Alternativa, donde la comunidad fan se mostró siempre motivada para la acción, en lo que incluso llegó a llamarse La Resistencia.

La línea argumental y conceptual de ambos proyectos, planteando una sociedad distópica y los peligros que se pueden desprender de los sistemas totalitarios o autoritarios, o incluso bajo democracias, con una merma de las libertades civiles y derechos fundamentales a la libertad de expresión; predispuso tanto en Mylo Xyloto como en Year Zero -especialmente en este último, por la trascendencia que suscitó tanto en las redes, como en medios de comunicación- a crear y originar un foro de debate en torno a cuestiones de especial interés político y social, invadiendo la propia esfera pública digital, y suponiendo la reflexión y concienciación en el ámbito de la participación colaborativa y colectiva.

De este modo, slogans con un objetivo común protagonizaron ambos proyectos, "All is lost", "Color is crime", por parte de Mylo Xyloto, o "Art is Resistance", "Take Action", "You have a voice. How are you going to use it?", por parte de Year Zero, instan

claramente a sus diferentes comunidades de fans a la acción, propiciando la participación, y la motivación para la interactividad con el proyecto, al identificar al usuario como pieza clave para la consecución del mismo y como protagonista para la interpretación de los contenidos que ambos álbumes conceptuales proponen.

Por otra parte, podemos observar el uso de las prácticas artísticas en ambos proyectos como es la utilización del graffiti o el glichtart, como forma de protesta, y que sirvió para unir a la comunidad fan, dotando de identidad propia al proyecto y a la colaboración participativa en la reinención del contenido o apropiación y difusión por los distintos foros o plataformas webs. En el caso de Mylo Xyloto, con la participación de los usuarios fans en la elaboración de un gran mural a modo de graffiti, o a través de canales en YouTube, en el caso de Year Zero, con la creación del canal artisresistanceuk, en el cuál un grupo de artistas reinterpretaba a través de la edición pasajes del ARG o videoclip del álbum.

En cuanto a los elementos transmedia que ofrecen ambos proyectos, observamos que destacan especialmente el ARG, en el caso de Year Zero y el comic, en Mylo Xyloto, ambos son las piezas clave desde las cuales se elabora el entramado de su narrativa transmedia y a través de los cuales el mensaje de crítica social y política se instrumentaliza. Por otro lado, se ve retroalimentado por el significado del lanzamiento de las canciones de sus respectivos álbumes y que por el uso de las diferentes webs o plataformas para la expansión de contenido, diseñadas por las diferentes organizaciones de sendos proyectos, o por las creadas por los propios fans, -como sucede en el caso de Year Zero, para la interpretación de las pistas de su ARG-; propicia la interconectividad de los usuarios y seguidores, que se aproximan a los mismos por medio de la motivación que estos provocan, generando una expansión de contenido en una acción colaborativa de tejido de red, que ayuda a acercar posturas sobre un objetivo común. Por otra parte, las redes sociales juegan también un importante rol en la implicación de la comunidad fan, destacando Facebook y Twitter, en el caso de Mylo Xyloto, para la interpretación de pistas y mensajes y YouTube o Vimeo, en el caso de Year Zero, subrayando su uso por estar centrado en la práctica artística del contenido generado por el usuario.

En definitiva, la esfera pública digital, y su desarrollo por medio de la red, con el libre acceso que posibilita al ciudadano, promueve en un sentido positivo este tipo de acciones, como activismo político y ciudadano. Por otro lado, debemos destacar que se genera una mayor visibilidad y poder de representación, al suponer un lugar en el cuál las diferentes posturas adquieren una imagen propia, en forma de identidad. En esta línea, las narrativas transmedia de ficción contempladas en ambos estudios de caso objeto de análisis, cumplen por medio de la interactividad y la motivación del usuario o fan a sentirse partícipe, un lugar destacado, fomentando una "identidad propia" según Espinosa-Medina y Pérez-Guerrero⁶¹, ya que la hace más atractiva y proclive a la participación colaborativa y, por ende, a una acción colectiva, en una especie, podríamos denominar de "activismo de ficción" muy próximo a la realidad, que podemos observar tanto en Mylo Xyloto como en Year Zero por su capacidad de instrumentalizar contenidos de ficción con un importante objetivo de crítica político-social.

En este sentido, los dos estudios de caso analizados en la presente investigación reflejan a través de la interacción de sus comunidades de fans y por su forma de adherirse al mensaje y objetivo concienciador de ambos proyectos transmedia, un claro

⁶¹ H. D. Espinosa-Medina y A. M. Pérez-Guerrero, "Year Zero o cómo ... 360.

ejemplo de las nuevas formas de activismo que tienen un espacio en la narrativa de ficción. De este modo, en base al estudio de las comunidades de fans y su papel activista, se puede desprender que el papel representado por el fan activismo, juega actualmente un importante instrumento como acción colectiva, al encontrarse en la intersección de la cultura y la política de la participación, influyendo, por este motivo, en el propio entendimiento que tenemos de la movilización política y cívica que se desarrolla habitualmente dentro de la esfera pública digital.

Bibliografía

Arcy, J. and Johnson, Z. "Intersectional Critique and Social Media Activism in Sleepy Hollow Fandom." In "Social TV Fandom and the Media Industries", edited by Myles McNutt, special issue, *Trans-formative Works and Cultures*, vol: 26 (2018): (3.4) (1-6). <https://journal.transformativeworks.org/index.php/twc/article/view/1132> <http://dx.doi.org/10.3983/twc.2018.1132>. (Consultado 26 -junio-2020).

Beck, U. "From Industrial Society to the Risk Society: Questions of Survival, Social Structure and Ecological Enlightenment". *Theory, Culture of Society* (Sage, London, Newbury Park and New Delhi), Vol: 9 (1992): 97-123. <https://doi.org/10.1177%2F026327692009001006> (Consultado 29 – junio-2020).

Bennett, L. "Tracing Textual Poachers: Reflections on the development of fan studies and digital fandom". *The Journal of Fandom Studies*, Vol: 2, 1, 1 (April 2014): 5-22 (16). Intellect. https://doi.org/10.1386/jfs.2.1.5_1. (Consultado 5-abril-2019).

Benkler, Y. *The wealth of networks. How social production transforms markets and freedom*. New Haven (CT), EU: Yale University Press. 2006.

Burgess, J., Foth, M. and Klæbe, H. "Everyday Creativity as Civic Engagement: A Cultural Citizenship View of New Media". Paper presented at the 2006 Communications Policy and Research Forum, Sydney, Australia, (Septembre 25-26), - 6. http://www.networkinsight.org/events/cprf_2006.html. (Consultado 3- junio -2019).

Burns, L. A. "The Concept Album as Visual-Sonic- Textual Spectacle: The Transmedial Storyworld of Coldplay's Mylo Xyloto. *IASPM@journal Open Journal Systeme*, Vol: 6 num 2 (2016). <https://numerov.com/dspace/es/theconceptalbumasvisualsonictextualspectaclethetransmedial.pdf>. (Consultado 6-abril-2019).

Bradbury, R. *Fahrenheit 451*. Buenos Aires: Minotauro. 1958.

Brough, M. and Shresthova, S. "Fandom Meets activism: Rethinking Civic and Political Participation" in "Transformative Works and Fan Activism ed. Jenkins, H. and Shresthova, S., special iusse, *Transformative Works and Cultures*, num 10 (2012): 1-28 doi:10.3983/twc.2012.0303, <https://doaj.org/article/674565285a0842c7988c8cd96909b2a> (Consultado 5-abril-2019).

Caldwell Brown, S. "Artist autonomy in a digital era: The case of Nine Inch Nails". *Empirical Musicology Review*, Vol: 6(4): 198-213. <https://doi.org/10.18061/1811/52949>. (Consultado 20-noviembre-2018).

Castells, M. Comunicación y poder. Madrid: Alianza. 2009.

Castells, M. Redes de indignación y esperanza. Madrid: Alianza. 2012.

Castells, M. "Communication, Power and Counterpower in the Network Society". *International Journal of Communication*, Vol: 1 (2007): 238-266. <https://ijoc.org/index.php/ijoc/article/view/46>. (Consultado 5-junio-2019).

Deleuze, G. et al. "Postscript on the Societies of Control". *October*, vol: 59 (Winter, 1992), The MIT Press: 3-7. <https://www.jstor.org/stable/778828>_(Consultado -12 -noviembre-2018).

Duffett, M. "Understanding Fandom: An Introduction to the Study of Media Fan Culture" (New York: Bloomsbury Academy, 2013). Citado en: Steven, N.T., Sauro, S. & Smith, B., Technologies, Identities, and Expressive Activity. *Annual Review of Applied Linguistics*, Vol: 35 (2013): 215-233. <https://doi.org/10.1017/S0267190514000257>. (Consultado 30-marzo-2019)

Earl, J. and Kimport, K. "Movement Societies and Digital Protest: Fan Activism and the Other Nonpolitical Protest Online". *Sociological Theory*, Vol: 27 (2009): 220-43. <https://doi.org/10.1111/j.1467-9558.2009.01346.x>. (Consultado 5-abril-2019).

Espinosa-Medina, H. D. y Pérez-Guerrero, A. M. "Year Zero o cómo Nine Inch Nails rompió las barreras de Europa con una experiencia narrative". *Palabra Clave*, (2017): 360-388. <http://dx.doi.org/10.5294/pacla.2017.20.2.4> (Consultado 20-noviembre-2018).

Foucault, M. *The History of Sexuality*, (1ª ed. 1976). Volume One: An Introduction Trans. Robert Hurley. New York: Vintage Books. 1990.

Garber, E. and Paleo, L. *Uranian Worlds: A Reader's Guide to Alternative Sexuality in Science Fiction and Fantasy*. Boston: G.K. Hall. 1983.

Hellekson, K. y Busse, K., eds. *Fan Fiction and Fan Communities in the Age of Internet: New Essays*. Jefferson, NC: McFarland. 2006.

Huxley, A. *Brave New World (Un mundo feliz)*. México: Diana. 1932.

Jenkins, H. *Textual Poachers. Televisión Fans and Participatory Culture*. London: Routledge. 1992.

Jenkins, H. "Transmedia Storytelling. Moving characters from books to films to video games can make them stronger and more compelling", *MIT Technology Review*, (January 15, 2003). <https://www.technologyreview.com/s/401760/transmedia-storytelling>. (Consultado, 15 - noviembre -2018).

Jenkins, H. *Covergence Culture: Where Old and the New Media Collide*. New York: New York UP, 2006). Ed. en castellano: *Convergence Culture. La cultura de la convergencia de los medios de comunicación*. Barcelona: Paidós. 2008.

Jenkins, H. *Fans, Bloggers and Gamers. Exploring Participatory Culture*. New York: New York University Press, 2006). Ed. en castellano: *Fans, blogueros y videojuegos. La cultura de la colaboración*. Barcelona: Paidós. 2009. 161-182.

Jenkins, H., Ford, S., and Green, J. *Spreadable Media*. New York: New York University Press. Ed castellano: Cultura Transmedia. La creación de contenido y valor en una cultura en red. Barcelona: Gedisa. 2013.

Kim, J., Lee, Thomas, T. & Dombrowski, C. "Storytelling in new media: The case of alternate reality games, 2001–2009". *First Monday, Peer-Reviewed Journal on the Internet*, vol: 14 (6) (2009). <https://doi.org/10.5210/fm.v14i6.2484>. (Consultado 25-noviembre-2018)

Kinder, M. *Playing with Power in Movies, Television and Video Games*. California, UE: University of California Press. 1991.

Lévy, P. *Collective Intelligence: Makind's Emerging World in Cyberspace*. Cambridge: Perseus. 1997.

Lichtenberg, L., Marshak, S. and Winston, J. *Star Trek Lives!* New York: Corgi. 1975.

López, B. "Deciphering Mylo Xyloto" (11.11-2011). *Harvard Political Review* (2011). <https://harvardpolitics.com/books-arts/deciphering-mylo-xyloto/> (Consultado 8-abril-2019).

López, L.K. "Fan Activists and the Politics of Race in *The Last Airbender*". *International Journal of Cultural Studies*, Vol: 14 (2011): 1-15, doi: 10.1177/1367877911422862. (Consultado 4-abril-2019)

McLuhan, M. and Nevitt, B. *Take Today: the Executive As Dropout*. New York: Harcourt Brace Jovanovich. 1972.

Muñoz González, G. "El consumo juvenil en la sociedad mediática", *Comunicação Midia e Consumo*, Vol: 5 num 12 (2008): 57-75. <http://dx.doi.org/10.18568/cmc.v5i12.116> (Consultado 20 - mayo-2020).

Muñoz-Saavedra, J. "Una nueva ola feminista... más allá de #MeToo. Irrupción, legado y desafíos". En P. Rivera-Vargas, J. Muñoz-Saavedra, R. Morales Olivares y S. Butendieck-Hijerra (Ed.). *Políticas Públicas para la Equidad Vol: II [Preprint]* (2019): 1-12. Santiago de Chile: Colección Políticas Públicas, Universidad de Santiago de Chile. https://www.researchgate.net/publication/334481151_Una_nueva_ola_feminista_mas_alla_de_MeToo_Irrupcion_legado_y_desafios. (Consultado 23-mayo-2019).

Odén, N. & Larsson, R.S. "What makes a marketing campaign a viral success: A descriptive model exploring the mechanisms of viral marketing (Dissertation), Paper. UMEA University, Sweden (2011): 1-20. urn:nbn:se:umu:diva-45659. (<https://www.diva-portal.org/smash/record.jsf?pid=diva2%3A433110&dswid=-8377>). (Consultado 23-noviembre-2018).

Orwell, G. 1984. New York: Harcourt, Brace & Co. 1949.

Rodríguez, E. F. "Más allá de la música: análisis de la narrativa transmedia en el álbum conceptual Mylo Xyloto de Coldplay. Tesis pregrado, Pontificia Universidad Javeriana, (2014), Fuentes de Archivo: repositorio.

Rolling Stone, International Edition. 2011.

Rose, P. Roger Waters and Pink Floyd: The Concept Albums. London: Fairleigh Dickinson University Press. 2015.

Ross, S.M. Beyond the Box: Television and the Internet. Malden, MA: Blackwell. 2008.

Santos, B. S. "Hacia una concepción multicultural de los derechos humanos. El otro derecho", núm 28 (Julio) (2002): 59-83. <http://hdl.handle.net/10316/44183>. (Consultado 26-junio-2020).

Scardaville, M.C. "Accidental Activists: Fan Activism in the Soap Opera Community", American Behavioral Scientist, vol: 48 (2005): 881-901. <https://doi.org/10.1177/0002764204273174>. (Consultado 4-abril-2019)

Scolari, C.A. Narrativas Transmedia. Cuando todos los medios cuentan. Barcelona: Deusto, 2013.

Shirky, C. Here comes everybody. The power of organising without organizations. New York: Penguin Press. 2008.

Stake, R. E. Investigación con estudio de casos. Madrid: Morata. 1998.

The Guardian. International Edition. 2011.

The Sun. London. 2011

Toffler, A. The Third Wave. New York: William Morrow and Company. 1980. Ed. en castellano, La Tercera Ola. Barcelona: Plaza & Janes, 1980.

Večerek, K. "Alternative Marketing Strategies in the Music Industry as a Reaction to the Influence of the Internet". (Thesis). Tomas Bata University in Zlín, Poland (2011). Fuentes de Archivo: repositorio.

Wellman, B. "Physical Place and Cyberplace: The Rise of Personalized Networking". International Journal of Urban and Regional Research, Vol: 25 num 2 (2001): 227-52. doi: 10.1111/14682427.00309. (Consultado 5-abril-2019).

Wright, K. Nine Inch Nails `Year Zero and the Biopolitics of Media "Convergençie" in Fisher, Joseph P. and Flota, Brian (Ed.). (2016) (1ª ed 2011), 95. The Politics of Post-9/11 Music: Sound, Trauma, and the Music Industry in the Time of Terror. London and New York, (UK-EU): Routledge Taylor & Francis Groups. 2016. 93-104.

Yin, R. Case Study Research: Desing and Methods. London: Sage. 1989.

REVISTA
INCLUSIONES M.R.
REVISTA DE HUMANIDADES
Y CIENCIAS SOCIALES

CUADERNOS DE SOFÍA
EDITORIAL

Las opiniones, análisis y conclusiones del autor son de su responsabilidad y no necesariamente reflejan el pensamiento de **Revista Inclusiones**.

La reproducción parcial y/o total de este artículo debe hacerse con permiso de **Revista Inclusiones**.