



Universidad de Valladolid

CURSO 2017-2018

FACULTAD DE FILOSOFÍA Y LETRAS

Grado en Periodismo

Creatividad e innovación en Twitter: *Todo está bien*

Alumna: Judith Noceda Casado

Tutora: Nereida López Vidales

Convocatoria: Julio 2018

RESUMEN

Ante una sociedad donde la proliferación de la información es un hecho, cualquier elemento diferenciador adquiere un importante valor. El mundo de la comunicación no es ajeno a ello, y aprovecha el auge de las redes sociales para lograrlo, utilizándolas como plataforma hacia una comunicación abierta y participativa entre sus miembros. Partiendo del hecho de que más de la mitad del mundo está conectado a internet, el uso de estas plataformas sociales parece una apuesta segura hacia la distinción y la creación de una nueva forma de entender la comunicación.

Emplear la creatividad y la innovación como estrategia para ello funciona. Las tendencias en redes sociales se alejan cada vez más de las publicaciones tradicionales. El creativo, Manuel Bartual, sujeto de nuestra investigación, lo ha demostrado y ha hecho uso de estos dos conceptos empleando narrativa transmedia.

Este estudio analiza cómo ha desarrollado un relato transmedia a través de su hilo narrativo “Todo está bien”, poniendo énfasis en las nuevas oportunidades que ofrece Twitter y cómo ha potenciado el género de ficción y ha construido una comunidad de seguidores alrededor de su historia en la red social. Para ello, optamos por realizar un trabajo profesional con una metodología cualitativa basado en la técnica de la entrevista en profundidad que, en este caso, se ha realizado por teléfono.

PALABRAS CLAVE: narrativa transmedia, twitter, creatividad, innovación, ficción, Manuel Bartual.

ABSTRACT

In a society where the proliferation of information is a fact, any element acquires an important value. The world of communication is no stranger to this, and take advantage of the boom of social networks it, using them as a platform to an open and participatory communication among its members. Based on the fact that more than half of the world is connected to the internet, the use of these social platforms seems a safe bet to the distinction and the creation of a new form of understanding the communication.

Use creativity and innovation as a strategy to do this work. Trends in social networking deviate more and more traditional publications. The creative, Manuel Bartual, subject of our research, has proven it and has made use of these two concepts using transmedia storytelling.

This study examines how a story has developed transmedia through its narrative thread that "All is well", with emphasis on the new opportunities offered by Twitter and how it has promoted the genre of fiction and has built a community of followers around its history in the social network. To do this, we opted to do a professional job with a qualitative methodology based on the technique of the interview in depth that, in this case, done by phone.

KEYWORDS: transmedia narrative, twitter, creativity, innovation, fiction, Manuel Bartual.

ÍNDICE

1. Introducción.....	7
1.1 Justificación del tema.....	8
1.2 Preguntas de investigación e hipótesis.....	8
1.3 Objetivos.....	9
1.4 Metodología.....	9
2. Las narrativas transmedia.....	11
2.1 Historia y origen de un concepto.....	11
2.3 Características.....	13
2.4 Contexto actual.....	14
3. Estudio del caso.....	15
3.1 ¿Quién es Manuel Bartual?.....	15
3.2 Análisis del hilo narrativo “Todo está bien”.....	16
4. Plan de trabajo.....	22
4.1 Pre-producción.....	22
4.2 Producción.....	24
4.3 Post-producción.....	28
5. Ideas para la discusión y conclusiones.....	29
6. Referencias bibliográficas y fuentes	32

1. Introducción

Los humanos siempre contamos historias. Las contamos durante milenios de forma oral, después a través de las imágenes en las paredes de roca, más adelante por medio de la escritura, y hoy mediante todo tipo de pantallas. Más que homo sapiens somos Homo fabulators. A los humanos nos encanta escuchar, ver o vivir buenos relatos. (Scolari, 2013, p.17)

De acuerdo a esta afirmación, la comunicación está en proceso de renovación constante. Hace 24 años, el diario Palo Alto Weekly de Estados Unidos, publicó por primera vez sus contenidos periodísticos en la web el 19 de enero de 1994. “Una fecha que marcó un antes y un después para el oficio del periodismo, porque desde entonces, está unido a las transformaciones provocadas por la red” (Salaverría, 2005). Esta transición no sólo ha afectado a los usuarios de internet, que cada vez participan más en el nuevo modelo comunicativo, sino que también ha afectado a los propios comunicadores porque se han visto obligados a renovarse y cambiar sus rutinas diarias con el objetivo de incluir en su trabajo nuevas herramientas que se acerquen al mundo de la red.

El auge de las redes sociales tiene importantes consecuencias, pero la que más interés nos suscita a la hora de realizar este análisis es el cambio que ha producido en la sociedad de la información. Un cambio que ha sido posible a través de la implementación de las nuevas tecnologías constantemente en transformación, y que ha afectado de lleno al mundo de la comunicación.

Al citar el término transformación, es necesario hablar de las narrativas transmedia, que desde hace años ya tienen su hueco en la red, y son el gran desafío para la industria de contenidos. Este término fue acuñado por primera vez por Henry Jenkins en 2003 cuando escribió en *Technology Review* del MIT: “hemos entrado en una nueva era de convergencia de medios que vuelve inevitable el flujo de contenidos a través de múltiples canales”. Scolari (2014) las define así:

Un tipo de relato en el que la historia se despliega a través de múltiples medios y plataformas de comunicación y en el cual una parte de los consumidores asume un rol activo en ese proceso de expansión”. De esta manera, cada medio explota sus fortalezas y a la vez permite a la audiencia ser protagonista a la hora de narrar. (p.46)

En el caso de nuestro estudio, abordaremos de forma más detallada las posibilidades transmedia que ofrece Twitter. Una red, creada por Evan Williams y Biz Stone en 2006, que debido a su rapidez y facilidad para construir comunidades de seguidores de manera instantánea mediante *hashtags* y su difusión inmediata de mensajes de última hora, puede ser sin duda una herramienta estratégica para generar numerosas ventajas en el mundo de la comunicación.

En la creación de nuevos modelos comunicativos, las redes sociales han conseguido consolidarse como fuente informativa, al menos en términos cualitativos.

Twitter no sólo actúa de forma informativa, al revés, es una red social que ofrece entretenimiento y complicidad en tiempo real para los usuarios, que pueden interactuar de manera activa siempre que lo deseen. “Es relativamente fácil saber dónde empieza un mundo narrativo transmedia, pero es imposible establecer dónde termina” (Scolari, 2014, p.2404). Twitter es un gran ejemplo de ello. Esta red, es ya generadora de contenidos de ficción, y ha servido como medio de creación y difusión para Manuel Bartual, el protagonista de nuestra investigación, que ha trabajado desde el paradigma “monomedia” para el formato “transmedia”. Según Scolari (2014):

El relato es monomediático, porque se desarrolla solamente en Twitter, sin embargo, la activa participación de los usuarios, no solo difundiendo el relato, sino también creando memes y expandiendo la historia, acerca esta experiencia a la lógica del transmedia.

Este historietista ha utilizado Twitter como hilo conductor de un relato y ha explotado al máximo las posibilidades creativas que ofrece la plataforma para crear un hito narrativo sin precedentes en nuestro país. Una hazaña que este estudio pretende abordar con el fin de reflejar el sinfín de oportunidades comunicativas que se pueden llegar a obtener haciendo un provechoso uso de las nuevas herramientas narrativas que inundan el mundo de la comunicación digital.

1.1 Justificación del tema

Desde el nacimiento de Internet vivimos en una sociedad hipermedia donde el carácter emergente de nuevas tecnologías está presente en el día a día. Este hecho conlleva cambios en numerosos campos, entre ellos en el de la comunicación, que ha sufrido una continua evolución y transformación. Los medios de comunicación han evolucionado hacia un nuevo modelo comunicativo que ha desembocado en un periodismo en pleno proceso de renovación a través de las nuevas formas de narrativa que aparecen en redes sociales como Twitter.

El origen y la motivación que nos ha llevado a la elección de este tema para nuestro estudio se basa en diversos aspectos. Entre ellos su plena actualidad e importancia. Las redes sociales son, hoy, nuevos canales de difusión de contenidos y existe un gran interés por abordar la proyección y la implicación práctica que pueden llegar a tener en la sociedad. Pero además, la elección también se debe a la curiosidad que nos despertó la hazaña en Twitter de Manuel Bartual. En su hilo narrativo, “Todo está bien”, combinó creatividad, redes sociales y narrativas transmedia para crear un contenido de ficción, el cual se convirtió de forma pionera en el primer caso de éxito en nuestro país.

1.2 Preguntas de investigación e hipótesis

Sorprende que actualmente a través de Twitter, donde los primeros contenidos distribuidos fueron de carácter informativo, se difundan ahora contenidos de ficción, ya que es un hecho que no estaba previsto con la creación de la red social. Con la aparición de este nuevo y escaso género en Twitter, hemos formulado nuestra principal hipótesis:

H1: A través de Twitter se construyen, potencian y distribuyen todo tipo de contenidos, también de ficción.

A partir de los objetivos que nos propusimos alcanzar con este estudio, formulamos además preguntas de investigación.

La primera pregunta fue si a través de Twitter era posible crear comunidades de fans alrededor de un *storify*, o si por el contrario, no lo es y el entretenimiento que produce es totalmente fugaz y efímero. También nos hemos preguntado si esa ficción creada en las redes sociales genera para los consumidores de contenidos nuevos roles de participación e interacción a través de las narrativas transmedia. Por último, en un intento de acotar el problema de la investigación, nos cuestionamos si una buena estrategia y gestión de comunicación en la red de Twitter puede conseguir cambiar nuestra imagen pública y profesional. Todo ello, nos lleva a formular si existe la posibilidad de que un tema *trending topic* en la red pueda convertirse en eco seguro de los medios de comunicación.

1.3 Objetivos

El objetivo principal de este estudio es analizar el uso que actualmente hacen los jóvenes profesionales de la comunicación de la plataforma de *microblogging*, Twitter, en la difusión de contenido no informativo. Twitter fue creada hace 12 años con un fin profesional y como fuente de información, pero a día de hoy, también es generadora de un ingente contenido de ficción con el que desarrolla a su alrededor verdaderas comunidades de fans y seguidores. Para llevar a cabo este análisis, nos centraremos en el estudio de un caso concreto, el del escritor Manuel Bartual, que consiguió a través de un *storify* en esta red social llegar al éxito y hacerse un hueco en los medios de comunicación.

1.4 Metodología

Para abordar los objetivos planteados en este estudio y dar respuesta a la hipótesis principal se ha optado por utilizar una metodología basada en técnicas de investigación cualitativa. La obtención de los datos cualitativos se ha hecho a través de la técnica de la entrevista en profundidad aplicada al sujeto de nuestro estudio, Manuel Bartual. Dicha entrevista fue realizada por teléfono dada la imposibilidad de llevar a cabo un encuentro físico con el autor que ahora está de moda y debía acudir a numerosos actos y conferencias.

Para ello, se confeccionó un cuestionario de 15 preguntas abiertas que abordan tanto temas generales, cómo el origen o el porqué de su historia, hasta preguntas más específicas, cómo su punto de vista sobre el uso comunicativo de las redes sociales, las narrativas transmedia o los géneros de ficción en Twitter. Todas las respuestas se encuentran en el podcast que recoge la entrevista a Bartual, y que se adjunta como pieza fundamental de este trabajo con modalidad profesional.

Señalar que se ha adjuntado este podcast en formato individual, editado con sintonía de entrada y salida, como producto autónomo para su publicación en internet. Y

además, indicar que parte del podcast se ha publicado tanto en la página web de www.radiouva.es como en un blog-tipo, <https://creatividadentwitter.wordpress.com/>, para mayor comodidad de la comisión y usuarios en su escucha y visualización del resto de información que señalamos en el trabajo.

Por otra parte, como señala María Rosa Berganza en su libro *Investigar en comunicación* (2005):

Las técnicas cualitativas de recogida de datos pretenden recoger el significado de la acción de los sujetos. Se prima el sentimiento o las razones que tiene un individuo para realizar una acción concreta sobre la cantidad de veces que realiza dicha acción. (p.32).

De esta forma, Schwartz y Jacobs (1984) refieren que un componente esencial es la interpretación subjetiva: captar los motivos, los significados, las emociones e interacciones de los individuos.

Hemos elegido la entrevista en profundidad porque es la más apropiada para las ciencias sociales. Esto se debe a su carácter interpretativo y la libertad que otorga para crear un clima conversacional informal entre entrevistador y entrevistado. Nuestra pretensión siempre fue realizar un análisis en profundidad que abordará tanto al sujeto de nuestro estudio como el proceso que siguió en cuanto a las acciones que realizó. Buscamos una interpretación subjetiva sobre su hazaña en Twitter y sus consecuencias posteriores. Para conseguirlo diseñamos una unidad de análisis de índole cualitativa con la cual abordar los objetivos de la investigación y responder a la hipótesis planteada en el estudio.

La entrevista en profundidad pertenece a la modalidad de entrevista no sistematizada, es decir, no estructurada. El entrevistador posee una serie de temas que desea cubrir y necesita, a través de sus posibilidades interpelativas, provocar respuestas. Por otro lado, requiere de un conocimiento previo de las personas que serán entrevistadas con el fin último de profundizar en distintas áreas, actitudes o prejuicios que pueda tener el entrevistado. Las ventajas de la entrevista en profundidad recaen en las preguntas abiertas porque añaden flexibilidad y permiten respuestas no anticipadas. Da pie a la improvisación y también a la exploración de nuevas alternativas, además de provocar en el entrevistado una actitud de relajación que, con probabilidad, nos acercará a sus sentimientos o motivaciones más latentes.

Las fases de la entrevista en profundidad son tres:

1. Fase preliminar: en primer lugar, en esta fase, se realizó una investigación sobre el perfil del sujeto, tanto biográfico como profesional, para poder contextualizarlo correctamente. Posteriormente, se hizo también un breve seguimiento sobre él en las redes sociales con el fin último de ponernos en contacto con él. Tras estos dos primeros hechos, conseguimos contactar con Manuel Bartual a través del correo electrónico para presentarnos y explicarle las razones de la entrevista y su

selección. Seguidamente, la comunicación se hizo constante tanto por email como por teléfono hasta conseguir fijar el lugar y el horario de dicha entrevista.

2. Fase de desarrollo: La entrevista se realizó el 15 de marzo de 2018 a las 16 horas en Radio UVa, la emisora de radio de la Universidad de Valladolid. El lugar y el horario se habían fijado por email días previos a la entrevista. En primer lugar, se inició la llamada con el sujeto, donde se comprobó su disposición positiva para la interacción y posteriormente se comenzó a grabar. La entrevista comenzó con la formulación de cuestiones de índole general que sirvieron de introducción a las siguientes cuestiones ya relacionadas con temas más específicos para el estudio. Y finalizó con el acuerdo de hacerle llegar al sujeto todo el material relacionado con el estudio una vez finalizado el mismo.
3. Fase de análisis: Por último, tras el registro de datos obtenidos a partir de la transcripción de la entrevista, se han extraído distintas interpretaciones a las preguntas iniciales de investigación, que podrán ser analizadas en las ideas de discusión que proponemos al final del trabajo.

Adicionalmente, cabe decir que tras investigar y estudiar otros casos similares acerca de este tema y la utilización de las redes sociales para estos fines, la elección del sujeto de estudio, Manuel Bartual y su *storify* “Todo está bien”, está justificada por la importancia y la relevancia que alcanzó a nivel internacional, no solo en la red social Twitter sino también en los medios de comunicación. Además, de la reflexividad y el feed-back informativos que tiene, ambos elementos principales de dicha investigación.

2. Las narrativas transmedia

2.1 Historia y origen de un concepto

El concepto de narrativas transmedia se difundió hace años, concretamente en 2003. Fue acuñado originalmente por Henry Jenkins del Massachusetts Institute of Technology, en la revista *Technology Review*. En esta afirmaba que “hemos entrado en una nueva era de convergencia de medios que vuelve inevitable el flujo de contenidos a través de múltiples canales”. Aunque el término fue popularizado por Jenkins, este concepto tiene su origen en el denominado *transmedia intertextually*, acuñado en 1991 por Marsha Kinder de la Universidad de Southern California.

Desde su aparición, las narrativas transmedia han sido objeto de estudio para muchos investigadores que han buscado la definición más completa y correcta del término. Sin embargo, es un terreno bastante inestable, ya que las narrativas transmedia no están solas, forman una galaxia semántica con otros términos interrelacionados con ellas. Hasta ahora, la enunciación más popular es la corrección realizada por Henry Jenkins (2007), a partir de su primera definición, afirma que es un proceso según el cual los elementos integrales de una ficción se difunden sistemáticamente a través de múltiples canales de distribución con el fin de contruir una experiencia de entretenimiento unificada y coordinada. Cómo explica Jenkins, en las narrativas transmedia cada medio “hace lo

que mejor sabe hacer. Cada franquicia debe ser lo suficientemente autónoma para permitir un consumo autónomo. O sea, no debes ver la película para entender el videojuego” (Scolari, 2013, p.24).

Fragmentar el relato y dividirlo en múltiples formatos de consumo, de manera que cada medio haga un aporte a la construcción del mundo narrativo, es la particularidad de estas narrativas. Según Scolari (2013):

Cuando se hace referencia a las NT no estamos hablando de una adaptación de un lenguaje a otro, sino de una estrategia que va mucho más allá y desarrolla un mundo narrativo que abarca diferentes medios y lenguajes. De esta manera el relato se expande, aparecen nuevos personajes o situaciones que traspasan las fronteras del universo de ficción. (p.25)

Pero para poder comprender más detalladamente el concepto de narrativas transmedia y conceptualizarlo a lo que es hoy en día, es necesario adentrarnos en sus orígenes. Son muchos los expertos como Jenkins, Carlos Scolari o Matthew Freeman, los que han querido profundizar en ello publicando diversos artículos. Éste último, ha escrito varios artículos. Un ejemplo es su artículo *Historicising Transmedia: Why Bother?* (2013), en el que cita textualmente:

Para entender qué era realmente este fenómeno en el a comienzos o mediados del siglo XX, necesitamos comprenderlo no solo mediante el estudio de los textos de los medios, sino también arraigado de manera mucho más amplia como lo que realmente surgió a través del aumento de otros desarrollos industriales y culturales. La publicidad moderna, por ejemplo, como industria y como sistema de comunicación cultural y comercial, puede proporcionarnos una fuente de producción transmedia temprana.

Si bien este acercamiento teórico nos conduce a las narrativas transmedia desde un enfoque moderno, esta forma de narrativa no es atribuible al siglo XXI, puesto que es posible encontrar pruebas que defiendan su existencia antes de la ecología de medios y la interactividad en el entretenimiento. El ancestro más antiguo y consagrado de las narrativas transmedia nos antecede por miles de años.

Hay una narrativa nacida en un volumen manuscrito que se ha expandido a otros medios (pinturas, esculturas, vitrales, iconos, exvotos, etc.) Y, con el correr de los siglos, ha ido incorporando contribuciones de los usuarios, desde relatos de apariciones hasta historias de mártires, santificaciones y milagros. No creo que sea un pecado considerar el relato cristiano una NT que, desde hace veinte siglos, se viene expandiendo por diferentes medios y plataformas de comunicación”. (Scolari, 2013, p.46)

La Biblia, por tanto, puede considerarse un ejemplo para buscar una arqueología histórica de este formato narrativo. Pero como citaba anteriormente Freeman, el marco de las narrativas transmedia se sitúa ante la emergencia de la publicidad moderna, en la década de los años veinte. Los avances industriales incrementaron el consumo, y con él,

la publicidad. Las revistas comenzaron a producirse en serie y fueron el trampolín perfecto para fomentar las nuevas técnicas publicitarias que buscaban la participación de los consumidores.

Freeman (2014), argumentó que la cultura que se inició en medio de todas estas prácticas fue un antecedente histórico al transmedia. La relación entre el contenido y la promoción empezó por primera vez a derrumbarse, y la publicidad cambió el proceso de consumo en puro entretenimiento, para que ambos conceptos comenzaran a ser entendidos como sinónimos.

2.2 Características

Las narrativas transmedia han sido y son en la actualidad objeto de estudio en distintos ámbitos. Es difícil, por tanto, definir unas características únicas. Scolari (2013) expone que “hay dos coordenadas que definen siempre las narrativas transmedia. La primera es la expansión del relato a través de varios medios, y la segunda la colaboración de los usuarios en ese proceso expansivo” (p.45). De este modo, podríamos decir que el despliegue del relato a través de múltiples plataformas de comunicación donde los consumidores asumen un rol activo en el proceso de expansión son las cualidades primordiales para un relato transmedia.

Pero más allá, las narrativas transmedia presentan otras características relevantes que han de darse a conocer. Según Henry Jenkins, (Scolari, 2013, pp.39-41), impulsor de las narrativas transmedia, hay siete principios fundamentales que las regulan:

1. Expansión vs. Profundidad

La expansión aumenta el capital simbólico y económico del relato. Y la profundidad es la tarea que el productor desarrolla hasta encontrar el núcleo duro de seguidores de su obra.

2. Continuidad vs. Multiplicidad

Los mundos transmedia necesitan tener una continuidad a través de los distintos lenguajes, medios y plataformas, que se complementa con la multiplicidad, es decir, con la creación de experiencias narrativas más allá del relato original.

3. Inmersión vs. Extraibilidad

Desde el cine hasta los videojuegos se caracterizan por proponer experiencias inmersivas. Y por otro lado, los *gadgets* nos permiten extraer elementos del relato y llevarlos al mundo cotidiano.

4. Construcción de mundos

Las narrativas transmedia proponen un mundo narrativo alterno. Los pequeños detalles son los que confieren verosimilitud, y hacen de los profesionales de las transmedia constructores de mundos.

5. Serialidad

Según Jenkins, en las narrativas transmedia las piezas no se organizan en una secuencia lineal monomediática, si no que se dispersan en una amplia trama que abarca muchos medios, convirtiéndose en una red hipertextual.

6. Subjetividad

Las narrativas transmedia se caracterizan por la presencia de subjetividades múltiples donde se cruzan muchas miradas, perspectivas y voces.

7. Realización

Las acciones de los consumidores son fundamentales. Los fans se convierten en prosumidores que no dudan en crear nuevos textos y sumarlos en la red.

Estudiando estas características, el hilo narrativo de Manuel Bartual no cumple con todas ellas. Pero Scolari (2017) se ha manifestado sobre el tema y engloba el fenómeno dentro del auge de la microficción, exponiendo que si se considera como narrativa transmedia una historia que se cuenta en muchos medios y plataformas con la colaboración de los usuarios, por ahora el relato es monomediático, porque se desarrolla solamente en Twitter. Sin embargo, la activa participación de los usuarios, no solo difundiendo el relato, sino también creando memes y expandiendo la historia, acerca esta experiencia a la lógica del transmedia.

Y así es, los seguidores adoptaron desde el principio un rol activo, cooperando en el proceso de expansión y convirtiéndose en prosumidores. Construyeron tráileres desde versiones anime hasta series, crearon cuentas falsas en Twitter de los otros personajes, conspiraron con posibles teorías, realizaron fanfiction en la aplicación Wattpad e incluso hicieron parodias. Y no sólo personas anónimas, también se sumaron al relato famosos como la periodista Ana Pastor, o los futbolistas Gerard Piqué e Iker Casillas, además de instituciones como la Guardia Civil y la Policía Nacional.

2.3 Contexto actual

Las narrativas transmedia no son un concepto novedoso, están de moda y llevan instaladas entre nosotros mucho tiempo. Estas nuevas formas de comunicación en la era digital se han situado como el núcleo de las estrategias de la industria cultural, ya que, a día de hoy es imposible no asociar una producción con términos transmediáticos. Ejemplo de ello son producciones pioneras de la talla de Star Trek, Star Wars, The Matrix, Piratas del Caribe o Harry Potter, que han sido auténticos éxitos gracias al uso complementario de estas narrativas. Pero, por otra parte, hay que destacar que las narrativas transmedia, no solo están presentes en este tipo de industria, sino que están sumergidas en un entorno marcado por la consolidación de las redes globales de la información, la convergencia de los procedimientos y la búsqueda de nuevos medios de comunicación. Además, de estar en un marco social definido por el fin de la distinción entre medios y el entretenimiento e información. Según Jenkins (2011) el empujón actual de este tipo de narrativas ha surgido debido a los cambios que se han producido en las producciones, en las prácticas

de recepción (la emergencia de la Web 2.0 y los medios sociales), pero también en la nueva forma de observar la estética del funcionamiento de los textos más populares.

La importancia y el auge de estas narrativas está en pleno crecimiento. “Las narrativas transmedia se extienden de un extremo a otro de la ecología mediática, abarcando viejos y nuevos medios” (Scolari, 2014, p.73). Además de estar presentes en distintos géneros, como la ficción, el periodismo, el documental o la publicidad. Y aunque es cierto que se encuentran en pleno auge, no sucede en misma instancia en nuestro país. En España, para las empresas tradicionales monomediáticas no es fácil la adaptación. “Las empresas y otros actores del mundo de la comunicación están obligados a adaptarse al nuevo ecosistema de medios si quieren sobrevivir. El pasaje al transmedia, en ese contexto, es un componente fundamental de ese proceso adaptativo” (Scolari, 2014, p.75).

El desarrollo de este tipo de narrativas en España depende en gran parte de la capacidad de innovación de sus grandes y pequeños actores. Paco Rodríguez, director de Media Training & Consulting, alerta que las reducidas dimensiones del mercado español son un límite a la hora de embarcarse en proyectos transmedia de perfil internacional. “En España, tanto en cine como en televisión, tenemos un menor nivel y jugamos en un mercado de menor valor”. (Scolari, 2014, p.182). Sin embargo, si miramos hacia el futuro, es innegable que queda mucho por descubrir, pero el adjetivo transmedia ya es el complemento ideal de todo tipo de actividad. Y en España, existe conciencia de ello, por eso cada año que pasa es más habitual encontrarse con proyectos transmedia de todo tipo, ya sean culturales o comunicativos. Las prácticas transmedia están en pleno desarrollo de sus capacidades, y obviamente, todo aquel que entiende es consciente de sus ventajas.

3. Estudio del caso

3.1 ¿Quién es Manuel Bartual?

Manuel Bartual Paredes, se define como un hombre que “hace muchas cosas”. Nació en Valencia en 1979 y ha trabajado como director de cine, editor, dibujante de cómic y diseñador gráfico. Su carrera comenzó en la década de los 90 cuando publica sus primeras historietas en “fanzines”, una agrupación de publicaciones temáticas no profesionales producidas por seguidores de un fenómeno cultural concreto, como puede ser el cómic, la literatura, el cine, la música o la política.

En 1999 fundó “7 Monos”, un colectivo de historietistas valencianos compuesto por Sergio Córdoba, Jordi Bayarri, Víctor Santos, Joan Marín y Manuel Castaño. Con quién escribió y dibujó cómics como “Con amigos como éstos”, publicado en un suplemento universitario del diario valenciano “Las Provincias”. Unos años más tarde, en 2002, Bartual cambió de aires para trasladarse a la capital, donde empieza a trabajar como diseñador gráfico para *Astiberri Ediciones*. Además, pronto se suma al equipo de las revistas “TRAMA”, “Buen Provecho”, “Manglar”, “Noroeste” y “U” como responsable de imagen. Sin olvidar sus colaboraciones para “El País”, “Ediciones Sinsentido”, “Dibbux”, “Grupo Editorial Santillana” y “Es Pop”.

En un año, Bartual ya estaba sumergido en el mundo editorial con la revista online de cultura visual “NOMAGAZINE”, la que diseña y dirige hasta 2005. En ese mismo año colaboró en la serie “Reflexiones de un oficinista” para la revista “TOS” y dos años más tarde, en 2007, comenzó su andadura por la revista “El Jueves”. Desde ese año hasta 2010 publica la serie “¡Escucha Esto!” para MTV y posteriormente para “El Jueves”, revista para la que también publica la serie “Sexorama”, la cual dura 4 años más, hasta 2014, año en el que abandona la revista por motivos de censura y crea junto con una veintena de dibujantes la revista *Orgullo y Satisfacción* para la que publica la serie “Bienvenidos al futuro”. Y en 2011, fundó junto con Alba Diethelm, la editorial *¡Caramba!*, especializada en cómic de humor, que comenzó como independiente y que acabó integrándose como sello editorial en *Astiberri*.

Por otra parte, Bartual también ha sido participe del mundo cinematográfico, en éste se destaca la dirección de una docena de cortometrajes y un largometraje denominado “Todos tus secretos”. Un thriller de suspense que consiguió alzarse con el premio CANAL + a la mejor película en el 18º. Festival de Málaga.

Pero el pasado año, en 2017, Manuel Bartual, conocido por crear historias a través de las ilustraciones, cambió el papel y el lápiz por la famosa aplicación de mensajes instantáneos *Twitter*, con la que a través de un hilo narrativo creó un auténtico fenómeno social sin precedentes en España. Un misterioso relato veraniego que tituló “Todo está bien”, que resulta ser el objeto de estudio de esta investigación, y que analizaremos de forma más profunda y detallada en el siguiente punto del análisis.

Por último, destacar que a raíz de su épica historia en Twitter, seis meses después de ponerle punto y final decidió escribir su primera novela “El otro Manuel”. Un relato que se estrena este mismo año, y que narra cómo puede cambiar la vida de una persona después de un éxito inesperado.

3.2 Análisis del hilo narrativo: “Todo está bien”

El 21 de agosto de 2017, Manuel Bartual publicó en su perfil de Twitter el comienzo de su peculiar relato: “Ando de vacaciones desde hace un par de días, en un



hotel cerca de la playa. Iba todo bien hasta que han comenzado a suceder cosas raras”. Este fue el tuit que eligió el dibujante, junto a una fotografía de la playa, para empezar con el hilo de más de un centenar de tuits que mantuvo en vilo a cientos de miles de personas durante una semana el verano pasado.

A raíz de su anterior hilo en Twitter llamado “El peso de la verdad” y la influencia del famoso cineasta David Lynch, Bartual arriesgó con el formato de falso documental reducido a 140 caracteres y una historia de suspense, terror y acertijos. El formato funcionó y con fotografías, vídeos y centenares de tuits consiguió ir enganchando a su historia más personas cada día. Con su primer tuit del hilo consiguió superar los 58.000 retuits en tan solo unas horas. Bartual ganó alrededor de 300.000 seguidores en 7 días de relato, algunos de los mensajes del hilo sobrepasaron las 15.000 respuestas y consiguió ser *trending topic* durante más de 20 horas seguidas, incluso a nivel internacional la noche del viernes 25 de agosto.

La hazaña del dibujante comienza en sus días de descanso en Mallorca, cuando comienza a compartir con sus seguidores de Twitter los extraños sucesos que le estaban ocurriendo desde su llegada a la isla. El primer día de la historia, 21 de agosto, Manuel comienza su hilo con 23 tuits y 3 fotografías que realiza él mismo para dar mayor veracidad a los hechos. Las cosas extrañas comienzan a suceder cuando estaba tranquilamente en la habitación de su hotel y escuchó abrirse la puerta. Viajaba solo por lo que no esperaba visitas, y en un primer momento pensó que se trataba del servicio de habitaciones, pero más tarde pudo comprobar que no era así. A unos metros, había un hombre moreno, alto y delgado que parecía estar registrando su habitación, como si de una película de ficción se tratase. Tras decirle unas palabras, las cuales no entendió, el hombre salió de la habitación. En los siguientes minutos al suceso, Bartual siguió tuiteando y explicó que había bajado a la recepción del hotel para asegurarse de que no había ningún error con la habitación, no fuese a ser que alguien más se alojase en ella por un descuido. Tras comprobar que no, el historietista subió una foto con una camiseta negra asegurando que la había perdido en el transcurso del día, otro extraño hecho.

El segundo día, 22 de agosto, la aventura iba cobrando forma. Bartual comenzaba el día mostrando a sus seguidores una fotografía del supuesto hombre que entró en su habitación, y contando un casual encuentro con él mismo en el buffet del hotel.



Manuel Bartual 
@ManuelBartual



En respuesta a @ManuelBartual

He bajado a desayunar al buffet del hotel y acabo de cruzarme con el hombre alto. Está aquí sentado, desayunando en otra mesa.

9:02 - 22 ago. 2017

 5.356  490 personas están hablando de esto



El hombre se había disculpado afirmaba haberse equivocado de habitación. Pero el diseñador, lejos de sentirse aliviado, mostraba una mayor preocupación en sus siguientes tuits. Horas más tarde, volvía a subir dos fotografías,



Manuel Bartual ✓
@ManuelBartual

En respuesta a @ManuelBartual

Al pasar a su lado me ha saludado y se ha disculpado. Esta vez le he entendido porque hablaba tranquilo, colocando cada palabra en su sitio.

9:02 - 22 ago. 2017

♥ 5.310 💬 478 personas están hablando de esto

esta vez de un lápiz de color negro, el cual aseguraba haberse encontrado en el baño de su habitación y no haber visto nunca, no era cómo los que él

usaba habitualmente. Pero no había acabado el día, cuando Bartual decidía poner más intriga al asunto, y volvía a adjuntar tres imágenes. Esta vez una era de la playa, en la cual se encontraba dando un paseo, y las otras dos de una pasarela de madera llena de gente que se adentraba en el mar. En la última, aseguraba a sus lectores que había dos hombres observándole, uno era el hombre de la habitación, y el otro no sabía quién. Pero lo que sí sabía, era que llevaba la camiseta negra que creía había perdido. Con 24 tuits y 7 fotografías cerraba su segundo día.

El tercer día, 23 de agosto, Manuel Bartual ya había conseguido llamar la atención de miles de usuarios que se habían sumado a su estival aventura, cada vez más enigmática. Con 43 tuits, el doble que los dos primeros días, seis fotografías y dos vídeos enredaba más aun la historia. A pesar de que comienza indicando una posible confusión u obsesión con los hechos acaecidos dos días antes, al bajar a la playa vuelve a cambiar de opinión. Bartual asegura ver al hombre que tiene su camiseta desaparecida, y decide seguirle. Primero le observa y fotografía cuando está sentado en la terraza de un bar y más tarde,



Manuel Bartual ✓
@ManuelBartual

hace lo mismo en un supermercado. En este último, no solo le fotografía si no que le hace un vídeo mientras afirma a sus fieles seguidores que es idéntico a él mismo. Y por si fuera poco, decide subir una foto suya y de su supuesto doble para hacer más evidente su comparación. Horas más tarde, el protagonista sigue manteniendo su asombro con lo sucedido y comparte sus reflexiones más íntimas, pero sin apenas haber dado tregua a sus adeptos para sacar una conclusión vuelve a escribir,

ha pasado algo. Con un vídeo muestra un rollo de papel higiénico, del que según va tirando se puede leer “estás en peligro”, escrito en lápiz. Por si fuera poco, el mensaje sigue, y el diseñador sube una fotografía con los trozos de papel higiénico escritos que ha recuperado. Como si de un jeroglífico se tratase, comenta que va a intentar poner orden a las palabras y buscar un significado. Con este último tuit, Bartual consiguió una gran implicación de sus seguidores que quisieron interactuar con él y descifrar el mensaje oculto en el rollo de papel.

El 24 de agosto, el cuarto día, los tuits llegaron a 59, sumando cuatro fotografías y dos vídeos. El primer tuit que escribe el diseñador es para agradecer el apoyo de todas las personas que le habían escrito para aportar su granito de arena a la investigación. Posteriormente, sigue con sus asuntos, y revela con una fotografía el verdadero significado del mensaje oculto “Estás en peligro. Lo mío ya no tiene solución, pero tú todavía puedes salvarte. Ve a la otra habitación y quédate en ella. No es una broma”. Al principio, asegura en sus siguientes tuits que cree que se puede tratar de una broma, pero finalmente sigue engrosando la historia con la búsqueda de la habitación que se cita en el mensaje y con un supuesto doble de sí mismo al que llama “el otro Manuel”. Sin mucha novedad, sus siguientes mensajes tratan sobre lo que ha averiguado de la otra habitación y un sueño extraño que ha tenido, en el que incluye su género favorito, el humor, a través de un GIF de Chiquito de la Calzada. Dos horas más tarde, asegura haber visto de nuevo a su doble, en una calle al lado de un coche rojo, pero cuando se dispone a fotografiarlo solo puede subir una foto de la calle, porque el “otro Manuel” había desaparecido. Por si no fuese suficiente, Bartual vuelve a la carga horas más tarde, de nuevo afirmando estar viendo a su doble, esta vez en la piscina del hotel observándole frente a la terraza de su habitación. Ya es por la noche, pero no duda en hacer un vídeo donde se puede apreciar la sombra de un hombre, pero no su cara. Minutos más tarde de tuitear que había llamado a recepción para que buscasen al sospechoso, mostraba una foto del mismo lugar donde ya no había nadie. En sus posteriores mensajes, aseguraba estar pasando mucho miedo y



Manuel Bartual ✓
@ManuelBartual



En respuesta a @ManuelBartual

Pongo las dos fotos juntas para que podáis comparar. Primero mi hotel y luego el otro.

12:21 - 25 ago. 2017

pedía por favor que si alguien estaba gastándole una broma parase ya. El quinto día, viernes 25 de agosto, “fue clave” según asegura Manuel Bartual en una entrevista para El País. “Se sobrepasó los 100.000 seguidores, el hilo alcanzó el *trending topic* mundial y a partir de ahí ya no

dejó de crecer hasta llegar casi al medio millón”. Al comenzar este día, escribió unos cuantos tuits en los que deja claro que es hora de pasar a la acción y descubrir lo que está pasando. A media mañana, aseguraba estar paseando y haber encontrado algo, así que adjunta dos fotografías.

En la primera los seguidores pueden observar el hotel en el que está alojado el protagonista de la historia, y en la segunda pueden ver un hotel idéntico que ha encontrado a unos pocos kilómetros del suyo.

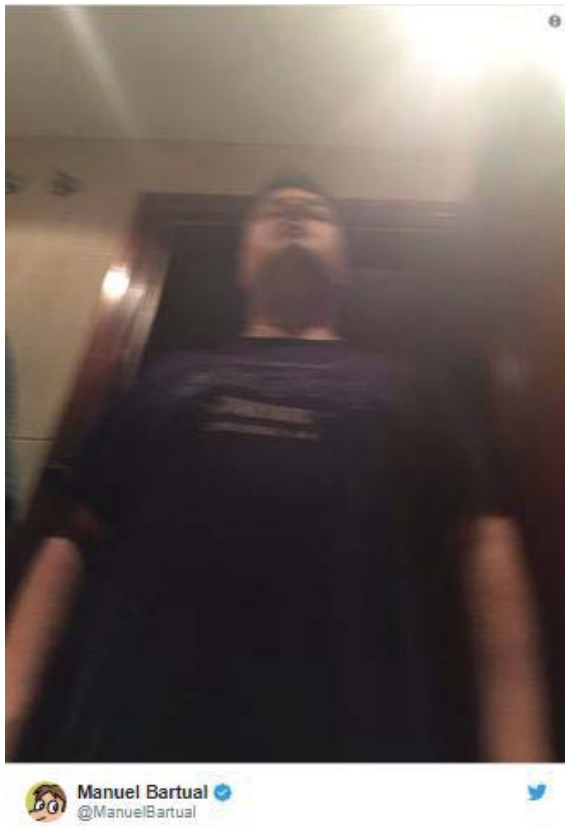
Para evitar preguntas o dudas, subió una tercera foto con los dos hoteles juntos y tomó la decisión de entrar a preguntar. Minutos más tarde, contó lo extraño que había sido y lo incómodo que se había sentido, así que muchos de sus seguidores le pedían que volviera a casa y se olvidase del asunto. Sin embargo, Manuel siguió con su plan, y horas después se plantó en el otro hotel en busca de la habitación 328. Cuando ya estaba allí, inició un video para mostrar el hall del hotel, subió una foto de la piscina, asegurando que era idéntica a la que había en su hotel y volvió a subir un segundo vídeo para enseñar el pasillo de las habitaciones. Pero lo mejor estaba por llegar, cuando tenía a miles de personas pendientes de su hazaña, subió un tercer vídeo entrando a la famosa habitación donde se puede observar cómo ocurre algo que le hace perder el equilibrio del teléfono móvil y cortar la imagen. En sus siguientes tuits, Bartual relató cómo “el otro Manuel” había aparecido y lo había perseguido durante unos metros. Seguidamente, escribe su decisión de marcharse del hotel y poner fin a la historia. Horas más tarde, ya se estaba marchando de allí en un taxi, del cual también subió un video. Para acabar el día, con 85 tuits escritos, cuatro fotos y cuatro vídeos, reflexionó sobre su viaje y terminó con un mensaje en el que aseguraba haberse dado cuenta de una cosa.

El 26 de agosto, ya casi se cumplía una semana de las idílicas vacaciones del director de cine que, por desgracia, habían terminado siendo una pesadilla. En este día, Bartual volvió a Madrid, pero siguieron ocurriéndole cosas muy extrañas. La primera le ocurrió en el avión de vuelta cuando la azafata de tierra le aseguró que había comprado dos billetes y los dos a su nombre.

A través de sus tuits aseguraba estar muerto de miedo y solo querer llegar a su casa. Horas más tarde, cogía un taxi a su casa y al llegar volvía a tener problemas.



El portero aseguraba haberle visto hacía apenas unos minutos y le entregaba un sobre con su nombre, que supuestamente le había dado él mismo. Al abrirlo, el ilustrador, como de costumbre, mostraba con un video lo que contenía. Era un papel con una captura de pantalla de su perfil de Twitter, tachada por completo con una cruz roja, y por la parte contraria tenía un mensaje que decía: “No escribas más, esto acaba esta noche. Todo está bien”. Con dos fotografías más, ilustra con mayor detalle el contenido del sobre, para continuar escribiendo en cientos de tuits sus pensamientos y suposiciones sobre lo sucedido. Bartual parecía estar perdiendo la cabeza, hablaba de hermanos gemelos, fantasmas, clones e incluso extraterrestres, pero cuando creía estar a salvo en su casa, observa desde la ventana al “otro Manuel”.



Con un video, enseñaba a todos sus seguidores como dicho individuo se encuentra debajo de su casa, con la camiseta negra de siempre y mirando hacia arriba, hacia su ventana, pero como siempre desaparece. Horas más tarde, vuelve a escribir, contando que había pasado por comisaría pero que no le habían hecho demasiado caso, cuando de nuevo sucede algo. Manuel ya en casa y cansado de la situación, escribe que ha comprado un vuelo a Mallorca para acudir de nuevo al hotel, pero antes de irse comenzó a ver una especie de nueva dimensión, donde no había puertas, pero sí una ventana por la que observaba la piscina del hotel. Bartual adjuntó dos fotos en las que solo se observaba una carretera, aunque él a pesar de los comentarios de sus seguidores, aseguraba ver la piscina.

Cuando parecía que no podía dar un mayor dramatismo a la historia, volvía a sorprender a los lectores con la aparición de su doble y una dura pelea. Con una última fotografía del “otro Manuel”, un mensaje sin ningún sentido y un ¿hola? Ponía fin al sexto día alcanzando los 138 tuits, entre los que había 14 imágenes y 6 vídeos, lo que hacía de este día el más interactivo del relato por parte de su protagonista.

El séptimo día, ya 27 de agosto, Manuel Bartual puso fin a la inédita historia con 17 tuits en los que explicó cómo lo había hecho y se despidió con el título del relato “*Todo está bien*”.



Sin ninguna estrategia de marketing y sin el apoyo de una gran empresa mediática o plataforma de comunicación, Bartual hizo de un hilo en Twitter la serie del verano. Esta adictiva “*tuitnovela*” llegó a traspasar nuestras fronteras, de forma que primero alcanzó América del Sur y días más tarde otros países para los que fue necesaria incluso su traducción. Además, famosos como el director de cine Nacho Vigalondo o el humorista Berto Romero, cambiaron sus perfiles de twitter imitando el de Bartual para hacerse pasar por “el otro Manuel”. Pero no fueron los únicos famosos que tomaron cartas en el asunto, Iker Casillas, Gerard Piqué y José Coronado entre otros, también bromearon sobre el tema. Y pronto llegaron los memes, por parte de empresas como Trivago, Netflix, Fini Golosinas, Movistar +, HBO España... Y también por parte del cuerpo nacional de policía que aseguraba seguir la pista de su historia. Sin olvidar a los centenares de usuarios anónimos que quisieron formar parte del humor con sus tuits alrededor de este falso documental digital.

4. Plan de trabajo

4.1 Pre-producción

Para realizar una investigación más completa y exhaustiva de nuestro sujeto, decidimos establecer contacto con él, y lo hicimos a través del correo electrónico. Tras varios días en contacto, concertamos una entrevista telefónica, puesto que no se pudo realizar de forma física, y acordamos la batería de preguntas.

La unidad de análisis es un cuestionario que consta de 15 preguntas abiertas dirigidas a alcanzar los objetivos propuestos y obtener respuestas a nuestra hipótesis. La selección de preguntas se realizó tras el estudio de distintas entrevistas realizadas por otros medios de comunicación a Manuel Bartual y la recopilación de información de las mismas. Todas las preguntas se realizaron pensando en los intereses de nuestro análisis, a excepción de las tres preguntas iniciales que tienen un carácter más generalista.

Tabla 1: cuestionario

1. Para empezar, cuéntenos ¿Cómo empezó todo?
2. ¿Qué querías conseguir? ¿Cuál era tu pretensión?
3. ¿Te lo pasaste bien?
4. Manuel, ¿Te has basado en otros hilos narrativos para hacer el tuyo?
5. Hablemos ahora con nombres propios, ¿Cuáles son las principales influencias que has tenido?
6. Ya habías publicado antes un <i>storify</i> en Twitter llamado “el peso de la verdad”, que funcionó bien pero no tuvo tanto éxito ¿Por qué crees que tuvo mejor acogida en las redes “todo está bien”? ¿Utilizaste una estrategia distinta?
7. ¿Por qué un falso documental? ¿Qué tiene este formato de interesante para tu historia?
8. Durante los 7 días que duró el relato hubo una interactividad creciente y continua con todos tus seguidores, ¿Enriqueció este hecho de algún modo la historia o cambió tu margen de improvisación?
9. ¿Por qué elegiste Twitter y no otra red social como Instagram o Facebook que ofrece también la posibilidad de crear hilos narrativos?
10. ¿Han disminuido tus seguidores?
11. Actualmente, Twitter lejos de ser una red social meramente informativa o de opinión, construye, potencia y difunde contenidos de ficción. ¿Estás de acuerdo?

12. ¿Crees, además, que Twitter es capaz de crear comunidades de seguidores, de fans a raíz de contenidos de ficción como el tuyo?
13. ¿Piensas que estamos ante la génesis de un nuevo género de narrativa de ficción?
14. Hay estudios que afirman que 1 de cada 3 españoles no lee nunca libros, sin embargo, nos pasamos el día leyendo y escribiendo mensajes de Whatsapp, Facebook, Twitter... Por tanto, ¿Crees que podría ser la “tuitnovela” el inicio del éxito de un formato literario basado en 140 caracteres?
15. Bueno Manuel, ya para terminar ¿Qué consejos le daría a alguien que quisiera empezar a probar suerte con estas nuevas formas de comunicación literaria?

Fuente: Elaboración propia

4.2 Producción

La entrevista se llevó a cabo el 15 de marzo de 2018 en las instalaciones de Radio UVa, la emisora de la Universidad de Valladolid que se encuentra situada en la Facultad de Filosofía y Letras.

En dicha entrevista participamos tres locutores: Judith Noceda como LOC1, Jacobo Salgado como LOC2 y Manuel Bartual como LOC3. Y se realizó a partir de una llamada telefónica realizada a Bartual desde la emisora. Se grabó en podcast y tiene una duración de 21 minutos y 40 segundos.

Para la planificación de la entrevista utilizamos un guion técnico.

Tabla 2: Guion técnico

GUION		
Responsable	Audio	Tiempo
CONTROL	ENTRA SINTONÍA PP Y PAF	0'6"
LOC1	Manuel Bartual, dibujante de cómics.... Su primer tuit cita textualmente:	0'17"
LOC2	“Ando de vacaciones desde han comenzado a suceder cosas raras.”	0'6"
LOC1	A raíz de este tuit ...que ha tenido en vilo a miles de personas.	0'12"
LOC2	“Vale, ha pasado algo ...Le he hecho este par de fotos.”	0'12"
LOC1	En los 7 días transcurridos...y ser <i>trending topic</i> mundial.	0'9"
LOC2	“Estás en peligro algún tipo de broma muy elaborada”.	0'18"
LOC1	Estos son algunos de los tuits....Pero por suerte...	0'6"
LOC3	“Para los que estáis preocupados por mí: ¡Sigo vivo! Todo está bien.”	0'5"
LOC1	Hablamos con él, el creador de la historia	0'4"
CONTROL	MUS.F A PP 8" Y RESUELVE	0'8"
LOC1	¡Buenas tardes Manuel!	0'1"
LOC3	Hola, ¿qué tal?	0'1"
CONTROL	FIN MUS.F	0'1"
LOC1	Hola, para empezar, cuéntanos ¿cómo empezó todo?	0'3"
LOC3	Pues todo empezó que yo estaba se convirtió en una locura.	1'05"

LOC1	Pero, ¿Qué querías conseguir? ¿Cuál era tu pretensión con todo esto?	0'4''
LOC3	Pues realmente lo que buscaba.... experimentar con el medio.	0'38''
LOC1	¿Te lo pasaste bien?	0'1''
LOC3	Sí, vamos yo me lo pasé fenomenal.... el momento para hacer cosas diferentes.	0'16''
LOC1	Y Manuel, ¿te has basado en otros hilos narrativos para hacer el tuyo?	0'5''
LOC3	No, la verdad es que no.... bueno, igual fue un referente.	1'05''
LOC1	Sí ¿Esa podría haber sido tu principal influencia o has tenido otras?	0'4''
LOC3	Sí, bueno, más que influencia es... bueno me lancé a ella.	1'02''
LOC1	Como antes nos has dicho... que tuviera mejor acogida en las redes?"	0'17''
LOC3	Bueno, no había una estrategia ...pues tampoco pasa nada.	2'20''
LOC1	Y Manuel, ¿Por qué un falso documental? ¿Qué tiene este formato de interesante para tu historia?	0'6''
LOC3	Pues bueno, a mí la verdad es...misterio, thriller y ciencia ficción.	1'18''
LOC1	Durante los 7 días que duró....cambió tu margen de improvisación?	0'10''
LOC3	Sí, sí, la verdad es que....con ese universo que plantea.	2'13''

LOC1	¿Y por qué elegiste Twitter...posibilidad de crear hilos narrativos?	0'8"
LOC3	Pues la elegí primero porque... hasta perdía seguidores más que ganar.	0'23"
LOC1	¿Han disminuido?	0'1"
LOC3	Bueno, tuve una subida muy grande....te estaba comentando antes de esto...	0'33"
LOC1	Sí, me estabas diciendo por qué habías elegido Twitter.	0'4"
LOC3	Ah sí, sí, pues eso... y bueno fue un poco por esto.	1'18"
LOC1	Bueno y actualmente, Twitter... ¿estás de acuerdo?	0'12"
LOC3	Bueno, totalmente. De hecho....colaborar en una historia juntos.	0'28"
LOC1	¿Y crees además que Twitter...contenido de ficción como el tuyo?	0'9"
LOC3	Sí, sin duda. De hecho, una cosa...todos sus móviles sonasen a la vez.	1'0"
LOC1	Bueno hay un vídeo en el que....próximo que va a pasarte.	0'11"
LOC3	Ese vídeo me encanta... esto verdaderamente me pareció alucinante.	0'36"
LOC1	Bueno ¿Y piensas entonces que...género de narrativa de ficción?	0'4"
LOC3	Hombre, a mí desde luego me gustaría... mi deseo sería que sí que sucediera.	0'32"

LOC1	¿Hay estudios que afirman.....formato literario basado en 140 caracteres?	0'20''
LOC3	Sí, vamos yo de eso estoy convenido.... acabas llegando a muchas personas.	1'11''
LOC1	Bueno Manuel y para terminar...nuevas formas de comunicación literaria?	0'9''
LOC3	Pues primero que ...yo estaré encantado de leerla.	0'49''
CONTROL	SINT.PP A FONDO 2''	0'2''
LOC1	Manuel Bartual, ha sido un placer...suerte con tus nuevos proyectos.	0'4''
LOC3	Venga, muchas gracias. Hasta luego.	0'2''
CONTROL	SINT.F A PP 4'' Y RESUELVE	0'2''
TOTAL		21'40''

Fuente: Elaboración propia

4.3 Post-producción

Una vez finalizada la entrevista, hicimos la selección de contenido que íbamos a publicar en el podcast y posteriormente, la edición digital del audio con el programa Audacity.

La música elegida está compuesta por dos sintonías. La primera tiene la finalidad de crear una atmósfera de suspense y misterio que conectara con el carácter de la historia. No es una canción con nombre propio, nos la descargamos directamente de la aplicación de YouTube tras realizar una búsqueda de este estilo de música. Esta solo se utiliza al comienzo del podcast y como colchón durante la presentación y la lectura de tuits. La segunda sintonía es de entrada y salida, así que es parte de la bandeja de continuidad del podcast. Esta melodía sí tiene nombre propio, se llama Seven y tiene un carácter ameno y un ritmo rápido. También ha sido descargada de la aplicación de YouTube pero ha sido modificada posteriormente con la herramienta de Audacity para recortarla y ajustarla al tiempo deseado.

Por último, señalar que una parte de la entrevista ha sido publicada en podcast en Radio UVa. El podcast se publicó el 25 de abril en la radio de la Universidad de Valladolid, www.radiouva.es, con una duración exacta de 11 minutos y 7 segundos. El tiempo es menor teniendo en cuenta el medio en el cual se iba a publicar y que solo se mantuvieron las preguntas que pudieran suscitar un mayor interés de la audiencia, en este caso, joven. Además, este podcast se ha incluido también en el blog-tipo <https://creatividadentwitter.wordpress.com/> creado para mayor comodidad de la comisión y usuarios en su escucha y visualización.

5. Ideas para la discusión y conclusiones

A lo largo de este estudio, hemos comprobado como el hilo narrativo “Todo está bien”, de Manuel Bartual, es un caso pionero de éxito en España, y ha mostrado que se puede llegar a la audiencia a través de las redes sociales con un mayor fin que transmitir meros contenidos informativos. Una red social, como Twitter, con un número de usuarios mayor a 500 millones es proactiva a crear contenido, difundirlo y desarrollar toda una red global de comentarios y opiniones. A la vez que es capaz de crear grupos de fans y seguidores, ya que resulta inevitable alrededor de una historia que genera interés y atractivo entre los consumidores. Por tanto, Bartual, con su historia de ficción, también ha mostrado las consecuencias positivas que conlleva convertir las redes sociales en canales abiertos para los usuarios, que a su vez, se terminan convirtiendo en propios creadores de contenido.

De esta manera, respondemos a nuestra primera pregunta de la investigación:

- A través de Twitter es posible crear comunidades de fans alrededor de un *storify* o si por el contrario no lo es y el entretenimiento que produce es totalmente fugaz y efímero.

Como hemos podido comprobar a través del estudio y en la misma entrevista con Bartual la respuesta es sí. Es posible crear este tipo de comunidades alrededor de un hilo narrativo. Ciertamente, que el entretenimiento llega a su fin cuando la historia termina, pero no es fugaz ni efímero.

La siguiente pregunta que nos realizamos también ha sido resuelta:

- La ficción creada en las redes sociales genera para los consumidores de contenidos nuevos roles de participación e interacción a través de las narrativas transmedia.

No sólo los consumidores de contenidos asumen nuevos roles de participación e interacción a través de estas prácticas transmedia, sino que también asumen el papel de creadores, es decir de *prosumidores* (productor + consumidor). Se apropian del mundo creativo de una historia para buscar respuestas, intercambiar opiniones y desarrollarla más allá de la original. Un hecho que se puede observar en “Todo está bien”, donde los seguidores de esta historia buscaron respuestas a las preguntas que se hacía el protagonista, intercambiaron opiniones unos con otros e incluso se atrevieron a aventurar distintos finales para la misma.

Por otra parte, la tercera pregunta que nos hicimos dice así:

- Una buena estrategia y gestión de comunicación en la red de Twitter puede conseguir cambiar nuestra imagen pública y profesional.

Además de poder contextualizar y cuantificar su éxito, el propio historietista nos confirmó que sí. A través de su hilo en Twitter, su nombre se dio a conocer en diversos medios de comunicación y su imagen pública y profesional cambió. En la entrevista, nos detalló que utilizó una estrategia comunicativa distinta a otras historias que había contado ya en la red social, y que resultaron de menor impacto que esta última, ya que no utilizó las mismas tácticas.

Y por último, nos cuestionamos:

- Si un tema *trending topic* en la red tiene más posibilidades para convertirse en eco seguro de los medios de comunicación.

La respuesta es sí. Previamente a realizar este análisis, estudiamos otras posibilidades y ningún otro hilo narrativo había tenido tanta repercusión en las redes ni había sido *trending topic*, por tanto, tampoco había sido eco en los medios de comunicación con tanto fervor.

Tras analizar y concluir este trabajo, también se han extraído varias conclusiones:

1. En la actualidad, el concepto transmedia es muy diferente a su origen. El término ha evolucionado con la convergencia de medios y abarca muchos más géneros y formas. Para que algo se caracterice como transmediático no tiene por qué cumplir con todas las condiciones que lo definen, ya que transmedia pertenece a un campo semántico amplio y complejo que ha ido evolucionando y expandiéndose con los años. Un ejemplo de ello podría ser la historia analizada en este estudio, que sólo utilizó una plataforma como canal de difusión y aun así reúne muchas de las cualidades del término.

2. Las redes sociales potencian la lectura y la génesis de un nuevo formato de narrativa. Como se ha citado durante la entrevista a Bartual, hay diversos estudios en nuestro país que confirman que no se lee tanto como hace años. Pero eso, en cierto modo, no es verídico. Se lee igual o más que antes, pero a través de nuevos medios, como las redes sociales que coexisten con las narrativas transmedia fomentando el interés y la disposición de leer entre los usuarios.

3. Por otro lado, respecto al futuro de las narrativas transmedia, cabe destacar que aún existe mucho por explorar, sobre todo enfocado a nivel nacional. Es cierto que el debate teórico ha tocado su fin, pero las prácticas transmedia se encuentran en pleno desarrollo, y cada vez son más las personas que apuestan por su uso para la narración de historias.

Para concluir, a mi juicio y tras realizar este estudio, exponer que a día de hoy hay una fuerte saturación en el mundo de la comunicación, por lo que la lucha por ser diferente y convertirse en la opción preferente es una realidad.

Las redes sociales son una fuerte fuente de oportunidades para destacar y posicionarse por encima del resto. A través de ellas se obtiene visibilidad, viralidad y prestigio en poco tiempo si se sabe hacer un buen uso de ellas, como lo hizo Manuel Bartual con su relato de ficción en formato transmedia. Aun así, el universo de las narrativas transmedia tiene que seguir siendo explorado, debe apostar más por la creatividad e innovación, y comprometerse más en este tipo de prácticas para aprovechar las ocasiones que le brindan las redes sociales.

6. Referencias bibliográficas y fuentes

- Bartual, Manuel. (septiembre de 2017). Todo está bien. Unas vacaciones de Manuel Bartual. Recuperado el 3 de marzo de, <https://storify.com/ManuelBartual/todo-esta-bien-59a2f9051c2d8a7e840286d7>
- Berganza, M^a Rosa y Ruiz, José.A. (2005). *Investigar en Comunicación*. España, S.A. Mcgraw-Hill/Interamericana.
- Cantó, Pablo. (27 de agosto de 2017). “Lo tenía planeado desde el principio”: el hilo de Manuel Bartual es la serie del verano. Recuperado el 30 de enero de 2018, de https://verne.elpais.com/verne/2017/08/25/articulo/1503648825_784306.html
- Freeman, Matthew. (29 de diciembre de 2013). Historicising Transmedia: Why bother? [Mensaje en un blog]. Recuperado de <https://historicaltransmedia.wordpress.com/2013/12/29/historicising-transmedia-why-bother/>
- Jenkins, Henry. (15 de enero de 2003). “Transmedia STorytelling. Moving Characters From Books to Films to Video Games Can Make Them Stronger and more Compelling” en Technology review. Recuperado el 20 de abril de, <https://www.technologyreview.com/s/401760/transmedia-storytelling/>
- Jenkins, Henry. (21 de marzo de 2007). “Transmedia Storytelling 101” en Confessions of Aca-Fan, The oficial Weblog of Henry Jenkins. Recuperado el 20 de abril de, http://henryjenkins.org/2007/03/transmedia_storytelling_101.html
- Martín, Pilar. (12 de enero de 2018). Manuel Bartual: “Me gusta jugar con los límites entre realidad y ficción”. Recuperado el 10 de febrero de, <http://www.lavanguardia.com/vida/20180112/434238251604/manuel-bartualme-gusta-jugar-con-los-limites-entre-realidad-y-ficcion.html>
- Noticias Cuatro. (25 de agosto de 2017). La hilarante historia de las vacaciones de Manuel Bartual que arrasa en Twitter. Recuperado el 2 de febrero de 2018 de, https://www.cuatro.com/noticias/viral/hilarante-historia-vacaciones-Manuel-Bartual_0_2424975171.html

- Osterzon, C. (26 de agosto de 2016). Todo lo que debes saber sobre la historia de Manuel Bartual. Recuperado el 22 de abril de, <https://es.blastingnews.com/showbiz-y-tv/2017/08/todo-lo-que-debes-saber-sobre-la-historia-de-manuel-bartual-001959923.html>
- Pascual, Alfredo. (27 de agosto de 2017). Manuel Bartual da por finalizada su popular historia en Twitter. Recuperado el 2 de febrero de 2018, de http://cadenaser.com/ser/2017/08/26/sociedad/1503736852_828056.html
- Redacción. (27 de agosto de 2017). Se acaba el culebrón del verano en Twitter: “Ha sido todo mentira”. Recuperado el 5 de febrero de 2018 de, <http://www.lavanguardia.com/gente/20170827/43867495334/manuel-bartual-twitter-relato-final.html>
- Redacción. (6 de septiembre de 2017). Manuel Bartual y la narrativa transmedia. Recuperado el 5 de febrero de, <http://www.lavanguardia.com/economia/management/20170906/431086208920/manuel-bartual-narrativa-transmedia.html>
- Redondo, Javier. (12 de octubre de 2017). “Manuel Bartual; está todo inventado”. Recuperado el 31 de enero de 2018, de https://elpais.com/cultura/2017/10/11/babelia/1507737587_636051.html
- Rodríguez, Verónica. (2015). Los orígenes del transmedia storytelling: Las narrativas transmedia antes del siglo XXI. (trabajo de fin de grado). Universidad Rey Juan Carlos, Madrid, España.
- Scolari, Carlos.A. (2013). *Narrativas transmedia: Cuando todos los medios cuentan*. Barcelona, España: Grupo Planeta.
- Scolari, Carlos.A. (2014). Narrativas transmedia: nuevas formas de comunicar en la era digital [Mensaje en un blog]. Recuperado de https://www.accioncultural.es/media/Default%20Files/activ/2014/Adj/Anuario_ACE_2014/6Transmedia_CScolari.pdf
- Virginia, Ángela. (23 de julio de 2015). Lectura y escritura de narrativas en la red social Facebook. Recuperado el 20 de abril de,

<https://www.magisterio.com.co/articulo/lectura-y-escritura-de-narrativas-en-la-red-social-facebook>

Noceda, Judith. Entrevista a Manuel Bartual. (15 de marzo de 2018).

