



Universitat d'Alacant
Universidad de Alicante

XIII JORNADES DE XARXES D'INVESTIGACIÓ EN DOCÈNCIA UNIVERSITÀRIA

Noves estratègies organitzatives i metodològiques en la formació
universitària per a respondre a la necessitat d'adaptació i canvi



JORNADAS DE REDES DE INVESTIGACIÓN EN DOCENCIA UNIVERSITARIA

XIII

Nuevas estrategias organizativas y metodológicas en la formación
universitaria para responder a la necesidad de adaptación y cambio

ISBN: 978-84-606-8636-1

Coordinadores

María Teresa Tortosa Ybáñez

José Daniel Álvarez Teruel

Neus Pellín Buades

© **Del texto: los autores**

© **De esta edición:**

Universidad de Alicante

Vicerrectorado de Estudios, Formación y Calidad

Instituto de Ciencias de la Educación (ICE)

ISBN: 978-84-606-8636-1

Revisión y maquetación: Neus Pellín Buades

Publicación: Julio 2015

Del cómic a la *narración transmedia* en la formación universitaria.

Mapa transmedia de *Los Vengadores*

E. Baile-López¹; F. J. Ortiz-Hernández²; J. Rovira-Collado²; J. Vidal-Martín-Toledano³

¹*Departament de Filologia Catalana*

Universitat d'Alacant

²*Departamento de Innovación y Formación Didáctica*

Universidad de Alicante

³*Unicómic*

RESUMEN

Dentro de las nuevas perspectivas educativas, el multimedia y la hipertextualidad son elementos imprescindibles en la formación del alumnado universitario que debe navegar en Internet de una manera efectiva. Entre los múltiples conceptos, el de la *narración transmedia* (Henry Jenkins 2003; Carlos Scolari 2013) ha asumido una especial relevancia, ya que supone la construcción de un objeto artístico y comercial a través de múltiples medios, digitales y tradicionales, con especial relevancia para distintas áreas de conocimiento. Con el reciente éxito de las adaptaciones cinematográficas del Universo Marvel, el cómic ha resurgido como un elemento vertebrador de muchas de estas obras transmedia. La relación entre texto e imagen, intrínseca en la concepción de la narración gráfica, hace que en los principales ejemplos transmedia se utilice el cómic como un elemento más. Esta investigación es una propuesta para explicar las características principales de la narración transmedia al alumnado universitario a través de los múltiples elementos que nos ofrece la saga de *Los Vengadores*. Cómic, cine, series, dibujos animados, videojuegos, *fanfiction* y publicidad son elementos que integran este complejo universo y aportan nuevos significados a la narración, ofreciéndonos nuevas estrategias metodológicas en la difusión del conocimiento.

Palabras clave: narración transmedia, cómic, Vengadores, Marvel, Unicómic.

1. INTRODUCCIÓN A LAS NARRATIVAS TRANSMEDIA

1.1 *Narrativas transmedia* en el ámbito académico

Henry Jenkins (2003) es el primero en describir el concepto de *narrativas transmedia* (NT) como un elemento central de la *cultura de la convergencia*. Desde esta primera aproximación, encontramos múltiples propuestas que nos demuestran la importancia de la interacción entre los distintos medios para atraer la atención del público del siglo XXI, un panorama en que Internet, el audiovisual y los otros elementos multimedia han cobrado una relevancia central para la difusión de cualquier producto cultural. Saber interpretar la relación entre los distintos núcleos narrativos es una destreza fundamental para cualquier lector-espectador en estos momentos, además de conocer las distintas estrategias para ampliar un relato en distintos medios.

Desde el estreno de *Iron Man* (dirigida por Jon Favreau en 2008), que consiguió un importante éxito, nos encontramos con un megaproyecto de Marvel, la *casa de las ideas*, una travesía que durará por encima de una década y que, además, aportará dos decenas de películas, la reedición de numerosos cómics antiguos y la aparición de nuevas series de televisión, videojuegos y otros elementos que configuran el universo transmedia más complejo de la actualidad. En este sentido, queremos destacar que, en 2015, la red «Cómic como herramienta didáctica. La narración gráfica en disciplinas académicas y tramos de preparación a la universidad» (código 3283), formada, entre otros, por los firmantes de esta comunicación, ha emprendido el análisis de este universo transmediático con distintas investigaciones (entre las cuales: Baile, Ortiz, Rovira & Vidal (2015) en el *I Congreso de Sagas Fantásticas y Narración Transmediática* de la Universidad de Murcia, y Rovira (2015) en *Unicómic 2015. XVII Jornadas del Cómic de la Universidad de Alicante*) con el objetivo de describir las posibilidades narrativas de este universo transmedia.

1.2 Referentes teóricos

En marzo de 2014, el profesor Raúl Rodríguez presentó la conferencia «*El Eternauta, viajero de la transmedialidad. El cómic como nave nodriza de universos transmedia*» (2014a) en *Unicómic. XVI Jornadas del Cómic de la Universidad de Alicante*, una charla en que llevó a cabo un completo análisis del universo de contenidos que se había creado alrededor de la obra maestra de H. G. Oesterheld desde la perspectiva de los estudios de las *narrativas transmedia*, concepto, como ya hemos apuntado al principio, creado por Jenkins (2003).

Posteriormente, Jenkins lo ha depurado e incluso ha acuñado otros términos vinculados como, por ejemplo, el de *cultura de la convergencia* (2006), fundamental en los estudios actuales sobre comunicación. En este sentido, el ya citado Rodríguez nos recuerda cómo pueden interactuar los distintos medios para la creación de una narración:

Idealmente, cada medio hace una contribución exclusiva, distintiva y valiosa a la construcción de la historia, es decir, no se trata de una mera adaptación, transposición o traducción intersemiótica [...]. Cada medio vehicula un texto que ofrece algo nuevo, de manera que el conjunto de la narración al tiempo se enriquece y se problematiza por ese aporte, y la *vecindad* intertextual que ayuda a construir se hace más densa y más compleja. (Rodríguez 2014b: 20)

Para no perderse en vaguedades conceptuales, merece la pena recurrir a Carlos Scolari y su obra *Narrativas transmedia. Cuando todos los medios cuentan* (2013), quizá el manual definitivo de referencia y donde, precisamente, se nos ofrece una propuesta de elementos constituyentes de una NT como:

Animación, avances, apps, audio, camisetas, cartas, CD, cine, cómic, correo, discos, infografía, juegos, libros, manga, *merchandising*, teléfonos, muñecos, parques temáticos, radio, realidad virtual, redes sociales, revistas, sellos postales, teatro, televisión, memorias usb, usuarios, videojuegos tradicionales y en línea, webcómic, websodios, webs de tv. (Scolari 2013: 14)

Para concluir este breve repaso teórico a las NT, citemos nuevamente a Rodríguez, más concretamente la adaptación que hace del *Transmedia Manifest* de 2011 (<<http://www.transmedia-manifest.com/>>) para proponer una serie de principios básicos a los que esta comunicación se adhiere como modelo de marco metodológico:

- 1) los múltiples medios y plataformas en que se disemina el universo narrativo;
- 2) la necesidad de que cada uno de ellos haga con dicho universo lo que sabe hacer mejor sin caer en redundancias, sino expandiéndolo y profundizándolo al mismo tiempo;
- 3) el balance calculado entre relatos que se sostengan por sí mismos en un solo medio, es decir, que no resulten incomprensibles para un público ocasional, y relatos que sean fragmentos de un todo más comprensivo capaz de arrastrar a un público transmedial, más implicado,
- 4) la necesidad, por ello, de un control creativo centralizado, a veces incluso unipersonal, pero al tiempo
- 5) la inevitable dispersión del universo a partir de relatos no canónicos, producto de la creatividad irrestricta del usuario. (Rodríguez 2014b: 20)

Así pues, resulta evidente que existe un creciente interés académico por lo que generalmente se conoce como *cultura pop* o *cultura popular*. Por lo que respecta a los *Avengers*, a día de hoy encontramos múltiples estudios, entre los cuales podemos citar unos cuantos editados en España:

- *Hulk ¡aplasta!* (2003), texto en que Eduardo de Salazar hace un recorrido por el cómic y David Fraile nos introduce en sus múltiples adaptaciones multimedia.
- *Thor sin fronteras* (2011) de Mikel Bao, que repasa la historia del dios nórdico aprovechando la adaptación al cine de Kenneth Branagh en 2011.
- *Vengadores. Poder en la tierra* (2012) y *Vengadores. Poder absoluto* (2013), coordinados por M. F. Soto y J. J. Vargas con motivo de la adaptación de Joss Whedon a la pantalla grande en 2012.
- *De la estaca al martillo. Un viaje por los universos de Joss Whedon* (2015), revisión bajo la coordinación de Pedro J. García e Irene Raya y que responde, sin duda alguna, al eco académico del director estadounidense responsable de las dos primeras películas de *Avengers* (así, Daniel Lametti, en «Which Pop Culture Property do Academics Study the Most?» (2012), atiende a estudios sobre distintos personajes de la televisión y el cine para acabar destacando que la serie *Buffy the Vampire Slayer* es la más investigada).
- Otras propuestas comerciales, entre las que cabe citar *Los Vengadores* de Peter David (2015), que acerca lúdicamente al público general la historia del grupo de los «héroes más poderosos de la tierra».

1.3 Mapa transmedia de los *Avengers*

Después de hacer un breve repaso bibliográfico sobre dos conceptos en constante evolución como son, por un lado, los estudios en torno a la narración gráfica y la cultura popular y, por otro, la relevancia de las *narrativas transmedia*, nos proponemos ligar ambos términos para hacer nuestro análisis. Desde la red en docencia universitaria «Cómic como herramienta didáctica» consideramos que, aunque existen otros ejemplos de universo transmedia como *Star Wars*, *Lord of the Rings*, *Matrix* o *Harry Potter*, la propuesta de los *Avengers*, además de tener como punto de origen el cómic, es la más completa para explicar al alumnado universitario las posibilidades de las NT.

2. AVENGERS COMO EJEMPLO DE UNIVERSO TRANSMEDIA

2.1 Objetivos

El objetivo de esta investigación es, ya se ha avanzado, señalar el universo de los *Avengers* como la propuesta más depurada de NT desarrollada hasta ahora. A partir de esta idea, queremos reivindicar la importancia de los cómics en el panorama cultural actual y, por último, queremos aprovechar la descripción de los elementos transmedia como ejemplo para el alumnado universitario.

2.2. Proceso de investigación

2.2.1 Una nueva mitología para los EEUU

Ya Umberto Eco (1968) desarrolló la relevancia de los superhéroes para adaptar los roles míticos a la cultura de masas. Con posterioridad, esta figura superheroica ha adquirido matices más humanos, con lo que comporta de mayor profundidad psicológica. Así, Chris Claremont, el más famoso guionista de los *X-Men*, comentaba en el Salón del Cómic de Barcelona (1985):

El superhéroe fue una respuesta fantástica a la realidad... la pervivencia del género y la continuidad del éxito del superhéroe se deben probablemente a que Estados Unidos no tiene una mitología propia. Escandinavia tiene sus sagas y leyendas, Alemania su épica, España tiene al Cid. Nosotros no tenemos héroes mitológicos, nuestros héroes son muy jóvenes aún. Los superhéroes pueden actuar como un factor de cohesión social en Estados Unidos. El equipo de Marvel, según Claremont, intenta introducir constantemente personajes heroicos, dioses, semidioses y mitemas de otras culturas en las publicaciones del grupo.

De acuerdo con lo expuesto por Claremont, cabe señalar que, a lo largo de la historia de los *Avengers*, encontramos infinidad de: referentes grecolatinos como el semidiós Hércules; nórdicos como Thor, el dios del trueno; y artúricos como el *Black Knight* (incluso se podría añadir la metáfora de la mansión del grupo como un nuevo Camelot, merced a guiños referenciales como, entre otros, las reuniones en torno a una mesa redonda). Analizar todos estos referentes daría para un estudio completo y no ha lugar en este trabajo, pero apuntemos, al menos, un ejemplo: en los créditos finales de la película *Avengers. Age of Ultron* (2015), vemos cómo se reproduce la saga del grupo en un gran conjunto escultórico, lo cual serviría como punto de partida para introducir las tradiciones artísticas de origen helenístico en el aula.

2.2.2 El cómic como punto de origen

Es indiscutible el éxito de los personajes de Marvel ya que muchos han acabado por ser el centro de grandes proyectos cinematográficos. No obstante, debemos destacar que parten de la cabecera creada en 1963. Así pues, como mero botón de muestra, en la siguiente imagen se observa cómo una viñeta ha podido influir en la adaptación cinematográfica:

Fig. 1. *The Ultimates* nº 4, conversación entre Nick Fury y Hank Pym sobre quién sería el actor apropiado para interpretarlo en el cine.



2.2.3 Supergrupos como confluencia

Aunque la idea de crear un supergrupo no es original de este universo (en la editorial DC, rival de Marvel, hay dos precedentes directos: la *Justice Society of America*, creada en 1940, y la *Justice League of America*, nacida en 1960), es a partir de 1963, con el número 1 de los *Avengers*, cuando esta idea se solidifica merced a mecanismos diversos. Así, por ejemplo, las tramas se cruzan, los argumentos se complican y es necesario seguir también las series individuales de los miembros del grupo para conocer adecuadamente sus motivaciones. Como consecuencia, se promueven grandes eventos editoriales que entremezclan todas las cabeceras y emergen *spin-off* como los *Avengers West Coast* (1984), con lo cual se desemboca en la consolidación de la franquicia como gran emporio industrial. Cabe resaltar que esta complejidad argumental es, sin duda, un precedente directo de la teoría transmedia.

2.2.4 La nave nodriza: del cómic al cine como referente inequívoco

Un concepto fundamental en las NT es el de la *nave nodriza*, elemento aglutinador y referencial de cada saga y que, generalmente, remite a una obra literaria (*Lord of the Rings*, *Harry Potter*) o una película (*Star Wars*, *Matrix*). En el caso de los *Avengers* se da un fenómeno interesante: este concepto, si bien ha correspondido, durante muchos años, al medio del cómic, las últimas propuestas cinematográficas, que han reportado un éxito internacional,

han motivado una traslación hacia el ámbito fílmico. Así, es el universo cinematográfico, actualmente, el que se constituye como elemento central y el que rige la continuidad del grupo, hasta el punto de que los propios cómics experimentan variaciones para seguir su estela.

Se trata, para concretar, de un proyecto con más de veinte películas, divididas en tres fases. A continuación, se ofrece una imagen con los próximos estrenos de la fase 3, conformada por nueve películas a estrenar entre 2016 y 2019 (*Ant-Man* es el último episodio de la segunda fase y está prevista para julio de 2015):

Fig. 2. Fase 3 del universo cinematográfico de Marvel.

Fuente: <http://marvelcinematicuniverse.wikia.com/wiki/Phase_Three>



2.2.5 Un elemento para captar la atención del seguidor: las *escenas postcréditos*

Las *escenas postcréditos* no han de ser consideradas como una idea exclusiva en relación con los *Avengers*, puesto que existen películas anteriores (*Flash Gordon*, *Young Sherlock Holmes*, *Masters of the Universe*, *Back to the Future*) que utilizaron este mismo recurso e, incluso, dentro del mundo de los personajes de Marvel fueron los *X-Men*, cuyos derechos no posee la propia Marvel sino la productora Fox Broadcasting Company, los que acostumbraron al público a quedarse hasta que se encendieran las luces por si aparecía algún guiño a las próximas películas. Sin embargo, sin duda es la franquicia *Avengers* la que ha generalizado esta idea para dar continuidad a la saga homónima y, por tanto, la sensación de serialización y lo que conlleva, en suma, de fidelización.

2.2.6 Ficción televisiva de *continuidad*: de *Marvel Kids* a *Agents of Shield*

Ya hemos comentado la importancia de los cómics para ofrecer constantemente nuevos relatos y atrapar a un público que no tiene suficiente con los estrenos cinematográficos, pero el éxito de las películas implica llegar a personas no aficionadas a los cómics. Por eso, son necesarias también propuestas de *continuidad* (cuando un acontecimiento lleva lógicamente a otro y, por lo tanto, la vida de los personajes ocurre ante nuestros ojos, aunque sea a una velocidad diferente de la real) en otros medios, y es en la televisión donde hallan su lugar, tal vez, más productivo.

Así, para un público infantil hay múltiples ejemplos, la mayoría de los cuales son accesibles a través de una web de la propia Marvel: <<http://marvelkids.disney.es/>>. En principio, cabría pensar que estos artefactos dirigidos a un público infantil, quizá carezcan de relevancia para el desarrollo de la NT. Sin embargo, no es así: tomemos, por ejemplo, el caso del capítulo 22 de *Hulk and the Agents of S.M.A.S.H* («Inhuman Nature»), en el cual ya aparecen *The Inhumans*, personajes fundamentales en el desarrollo de la futura fase 3 antes aludida y que contarán con su propia película en 2018.

En relación al público adulto, cabe destacar *Agents of de Shield* (2013), donde se confirma la elaboración de una amplia estrategia transmedia y a la que se refieren Lozano y Hermida (2015) para analizar las conexiones con la NT:

Precisamente en este marco es donde surge la serie, no solo como nuevo paso en la expansión de este fenómeno [nota de los autores: se refieren a las NT], que alcanza así la ficción seriada televisiva, sino como pieza de engranaje que cubre el espacio intermedio entre las dos entregas cinematográficas de *Los Vengadores*. (Lozano & Hermida 2015: 243)

En última instancia, se han de citar las denominadas *novelas de franquicia*, de las cuales señalemos puntualmente la adaptación de la saga de cómic *Civil War* (guionizada por Mark Millar y dibujada por Steve McNiven en 2006) a la novela del mismo nombre de Stuart Moore (2013) y que, además, también formará parte del universo cinematográfico como tercera entrega de *Captain America*.

2.2.7 Internet, *fandom* y cultura popular

Para la concepción de las NT, la red es fundamental, puesto que en ella encontramos numerosos proyectos de extensión transmedia, entre los cuales cabe citar:

- Marvel usa Twitter para contar la historia de *Ant-Man* antes del estreno como herramienta de promoción: <<http://es.gizmodo.com/marvel-relata-la-historia-de-ant-man-usando-unicamente-1707520735>>.
- Los aficionados lanzan una campaña para incluir al personaje *Daredevil* en la próxima película de cine del *Captain America* y que, como hemos avanzado, llevará *Civil War* por título: <<http://www.culture.com/62466-campana-para-incluir-a-daredevil-en-la-pelicula-de-la-civil-war>>. Cabe decir que el diablo abogado ya contó con una película de imagen real, pero ahora protagoniza otra serie en NetFlix, la cual, además, se inserta plenamente en la continuidad de la NT de los *Avengers*.
- Hay distintas aplicaciones relacionadas con la película, como esta que, después de un simple cuestionario, te indica qué rasgos personales del usuario son más parecidos a los de los miembros del grupo: <https://www.whichavengerareyou.com/es_LA/>.

2.2.8 Propuestas de mercadotecnia

Con el éxito de las películas, se ha producido lo que daríamos en llamar *moda o fiebre* en torno a los *Avengers*, cuya imagen es reproducida en infinidad de productos: ropa, juguetes, complementos, productos de alimentación, ropa de casa, etc. En definitiva, cualquier producto es factible para promocionar el estreno de las películas y, posteriormente, aprovechar su éxito. En cierta manera, los personajes transitan, en estos ejemplos de *merchandising* extremo, de figuras de cuatricomía a nuevos iconos universales, reconocibles incluso por aquellos que jamás han leído ni leerán un cómic (de hecho, probablemente este es el público prototípico al que se dirige tal expansión comercial) y en cualquier parte del planeta.

2.2.9 Juegos y videojuegos

Desde la propuesta de *Enter the Matrix* (2003), lanzado a la vez que *Matrix Reloaded*, los videojuegos no cumplen la única función de emular las adaptaciones cinematográficas sino que, a menudo, cuentan con un elaborado guión que puede ser complementario para la película correspondiente y donde pueden suceder, por tanto, episodios únicos que servirán para la comprensión total de la NT.

En cuanto a nuestro objeto de estudio, citaremos, en primer lugar, ejemplos enmarcables en el mundo de los juegos de mesa como:

- Figuras: los denominados *Heroclix*.
- Cartas: *Marvel Trading Card Game*.

- Dados y cartas: *Master Marvel Avengers vs X-Men*.

En segundo lugar, hay una gran oferta de videojuegos para videoconsolas o PC:

- *Marvel vs capcom 2 y 3* (lucha) para PS3.
- *Ultimate Alliance 1 y 2* (aventuras) para PS3 y Xbox360.
- *Avengers Battle for the Earth* para Xbox360.
- *Super Hero Squad* (aventuras para edad infantil) para PS3.
- *Super Hero Squad Comic Combat* (dibujo) para PS3.
- *Marvel Pinball* para PS3, Xbox 360, iOS, Android, PS Vita, Nintendo 3DS, Wii U y PC.
- *Thor God of Thunder* para PS3.
- *Captain America Super Soldier* para PS3.

También encontramos aplicaciones para plataformas móviles (Android / IOS):

- *Avengers Alliance* para Facebook, Android e IOS.
- *Marvel Mighty Heroes* para Android e IOS.
- *Marvel War of Heroes* para Android e IOS.
- *Marvel Future Fight* para Android e IOS.
- *Marvel Puzzle Quest* para Android e IOS.

2.2.10 Un *meme* final

Un *meme* es, según las teorías sobre la difusión cultural, una unidad teórica de información cultural transmisible de un individuo a otro o de una generación a la siguiente. (dicho neologismo fue acuñado por Richard Dawkins en 1976 para señalar la similitud con *memoria* y *mímesis*). Cuando sucede un hecho determinado, a través de Internet y otros medios de comunicación, este se puede reduplicar, transformar y difundir en multitud de apariencias. Generalmente, asociamos el *meme* a una imagen transformada por el usuario y que transmite una información específica, muchas veces con tono humorístico y en la que es imprescindible conocer el origen para alcanzar la plena comprensión.

En el caso que afecta a la NT de los *Avengers*, es después de la película *Captain America 2. Winter Soldier* (dirigida por Anthony Russo y Joe Russo en 2014) cuando surge el *meme* «Hail Hydra!» para indicar que una persona que creíamos amiga nos ha traicionado y forma parte de una organización criminal. El éxito fue inmediato y, en consecuencia, existen multitud de propuestas en Internet que utilizan dicha *colocación* para transformar la historia que cuenta cualquier otra imagen: así, vemos la relevancia del transmedia para interpretar

nuevos productos creados por los aficionados. Observemos, a manera de ejemplo, dos montajes cuya comprensión es imposible sin conocer el punto de partida:

Fig. 3. Meme «Hail Hydra!» a través de una imagen de la serie *Doctor Who* (BBC).

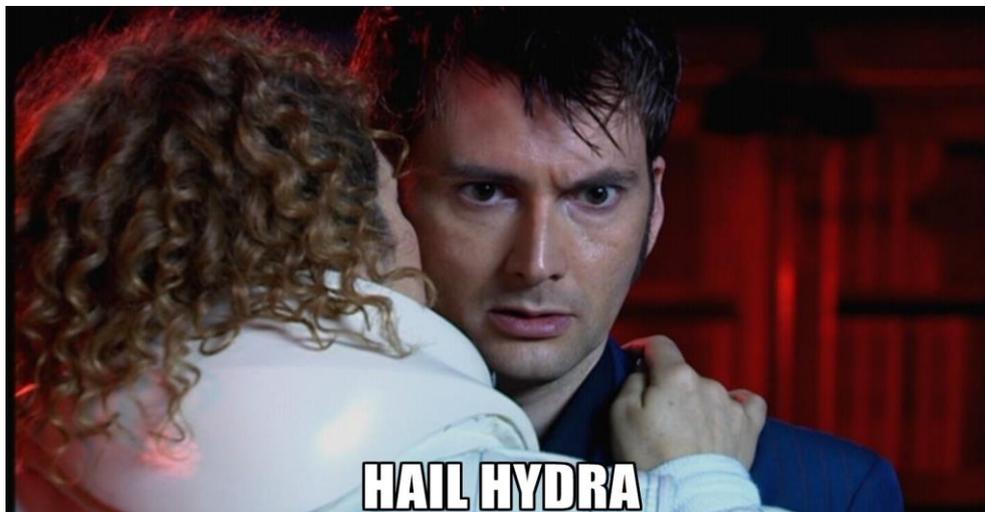


Fig. 4. Meme «Hail Hydra!» a través de una imagen de la serie *Game of Thrones* (HBO).



3. ¿CONTINUARÁ?

El objetivo de esta investigación, complementaria a las anteriores (Baile, Ortiz, Rovira & Vidal 2015 y Rovira 2015), es destacar la propuesta de los *Avengers* como el universo transmedia óptimo. A partir de este presupuesto mínimo, hemos señalado, a través de múltiples ejemplos, cómo la sociedad globalizada, Internet y la *cultura de la convergencia* permiten al relato expandirse por múltiples ramas y medios de comunicación, con mayor o menor transcendencia. Quizá en este sentido, la literatura, tal como la entendemos todavía, es la que menos participa de esta propuesta. Sin embargo, a lo largo de las múltiples expresiones

transmedia podemos proponer a nuestro alumnado referencias intertextuales o puntos de partida para introducir otros elementos artísticos, como hemos visto con la mitología.

En definitiva, el Universo Marvel sigue en expansión, con la incorporación de nuevos personajes a las adaptaciones cinematográficas, que se han convertido en la *nave nodriza* de la narración transmedia en lugar de los cómics. Estos son el origen de todas las tramas argumentales y el elemento cohesionador de la saga, ya que nos permiten, mes a mes, ir siguiendo la evolución de los protagonistas, pero son las películas las que llegan al gran público, lo convierten en un éxito de masas y, además, en un elemento central de lo que se conoce como *cultura de la convergencia*. También hemos visto propuestas para televisión, con series enfocadas a todas las edades, desde las propuestas infantiles de dibujos animados a series de espionaje como *Agents of Shield*. Y, por supuesto, está Internet, que amalgama y multiplica las posibilidades de difusión de todos estos elementos, que se conforman, así, como un puzzle transmedia: ¿nos atreveremos a descifrarlo junto con nuestro alumnado?

4. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS PRIMARIAS

- Baile López, E., Ortiz Hernández, F. J., Rovira Collado, J. & Vidal Martín-Toledano, J. (2015). «*Avengers Assemble!*: análisis transmediático de la saga de sagas superheroica» (comunicación). En *I Congreso de Sagas Fantásticas y Narración Transmediática*, Universidad de Murcia-Red Internacional de Universidades Lectoras, 23-24 de abril.
- Bao, M. (2011). *Thor sin fronteras*. Bilbao: Laukatu.
- Claremont, C. (1985). «Los superhéroes quizá son la mitología de Estados Unidos». En *El País*, 7 de junio de 1985. En http://elpais.com/diario/1985/06/07/cultura/486943208_850215.html, consultado en 01-06-2015.
- David, P. (2015). *Los Vengadores*. Barcelona: La Cúpula.
- Dawkins, R. (1976). *The Selfish Gene*. Oxford: Oxford University Press.
- Eco, U. (1968). *Apocalípticos e integrados*. Barcelona: Lumen.
- García, P. J. & Raya I. (coords.) (2015). *De la estaca al martillo. Un viaje por los universos de Joss Whedon*. Madrid: Diábolo.
- Jenkins, H. (2003). «*Transmedia Storytelling. Moving Characters from Books to Films to Video Games can Make them Stronger and more Compelling*». En

- <http://www.technologyreview.com/news/401760/transmedia-storytelling/>», consultado en 25-05-2015.
- Jenkins, H. (2006). *Fans, bloggers, videojuegos. La cultura de la colaboración*. Barcelona: Paidós.
- Lametti, D. et al (2012). «Which Pop Culture Property do Academics Study the most?». En http://www.slate.com/blogs/browbeat/2012/06/11/pop_culture_studies_why_do_academics_study_buffy_the_vampire_slayer_more_than_the_wire_the_matrix_alien_and_the_simpsons_.html», consultado en 14-05-2015.
- Lozano, J. & Hermida, A. (2015). «Agentes de *Shield*. Convergencia y colisión de mundos narrativos en el autor transmedia Joss Whedon». En García P. J. & Raya, I., (coords.) (2015). *De la estaca al martillo. Un viaje por los universos de Joss Whedon*. Madrid: Diábolo, pp. 241-260.
- Rodríguez Ferrándiz, R. (2014a). «El *Eternauta*, viajero de la transmedialidad. El cómic como nave nodriza de universos transmedia» (conferencia). En *Unicómic 2014. XVI Jornadas del Cómic de la Universidad de Alicante*, Universidad de Alicante, 27-29 de mayo.
- Rodríguez Ferrándiz R. (2014b). «El relato por otros medios: ¿un giro transmediático?». *CIC. Cuadernos de Información y Comunicación*, vol.19, pp. 19-37. Recuperado de: <http://revistas.ucm.es/index.php/CIYC/article/view/43901>», consultado en 30-05-2015.
- Rovira Collado, J. (2015). «*Avengers Transmedia Assemble!*» (conferencia). En *Unicómic 2015. XVIII Jornadas del Cómic de la Universidad de Alicante*, Universidad de Alicante, 7-9 de mayo.
- Salazar, E. de & Fraile, D. (2003). *Hulk ¡aplasta!*. Mallorca: Dolmen.
- Scolari, C. (2013). *Narrativas transmedia. Cuando todos los medios cuentan*. Barcelona: Deusto.
- Soto, M. F. & Vargas, J. J. (coords.) (2012). *Vengadores. Poder en la tierra*. Mallorca: Dolmen.
- Soto, M. F. & Vargas, J. J. (coords.) (2013). *Vengadores. Poder absoluto*. Mallorca: Dolmen.