

El universo transmediático de *Los Teleñecos* como lugar de encuentro de géneros y formatos

Sergio ALBALADEJO ORTEGA*
salbaladejo@ucam.edu

(Abstracts y palabras clave al final del artículo)

Enviado: 20 de abril de 2013

Evaluado: 29 de junio de 2013

Aceptado: 14 de julio de 2013

INTRODUCCIÓN

La hibridación de géneros y formatos no es precisamente un fenómeno novedoso. Durante muchos años el cine, la televisión y la radio han servido de soporte a innumerables productos informativos y de entretenimiento que, buscando nuevas formas de expresión, han fusionado, con mayor o menor acierto y éxito, los códigos identitarios de cada uno de ellos, dando lugar a toda una suerte de mutaciones que han acabado asentando rasgos estilísticos definitorios y asumiendo como propios determinados contenidos. Y del mismo modo, como si de una cadena reproductiva se tratase, los géneros y formatos resultantes de dichas transformaciones han ido emparentándose entre sí haciendo surgir otros nuevos. No obstante, ha sido durante los años más recientes cuando este tipo de mestizajes ha experimentado un auge sin precedentes propiciado por la aparición de nuevas plataformas –tales como las tabletas, los *smartphones*, los lectores de libros electrónicos o las videoconsolas–, que han hecho posible el acceso a contenidos de muy distinta naturaleza. Se trata de un sinfín de productos a disposición del público que van desde las aplicaciones disponibles en tiendas virtuales como App Store o Google Play, hasta los largometrajes, las series y los videojuegos accesibles por medio de plataformas como Filmin, Wuaki, Netflix o Steam, sin olvidar la gran pluralidad de contenidos presentes en sitios web como YouTube o Vimeo que, a su vez, ven multiplicada su difusión gracias a otros websites, blogs o perfiles de redes sociales.

Asociado al surgimiento de dichos soportes, se ha producido otro importante acontecimiento que, favorecido por la existencia de un ecosistema mediático basado en la circulación ininterrumpida de todo tipo de contenidos, ha ejercido una enorme influencia: la aparición de auténticas narrativas transmediáticas. Estas narrativas,

* Docente-investigador en el Departamento de Comunicación Audiovisual de la Facultad de Ciencias Sociales y de la Comunicación de la Universidad Católica San Antonio de Murcia (UCAM).

conscientes de la condición que las hace tan especiales, se han erigido como una nueva forma de contar historias, así como de informar, educar e incluso concienciar a los nuevos tipos de público que están surgiendo alrededor de ellas. En el ámbito de la ficción, este tipo de narrativas no quedan reducidas a una única obra que se difunde, en exclusividad, por medio de una única plataforma, sino que se expanden a través de todo tipo de productos ficcionales, desde largometrajes cinematográficos y series televisivas hasta videojuegos, novelas, cómics o webseries. La difusión monomediática, que conlleva un agotamiento de la historia en aquel soporte que la contiene, se ve así reemplazada, cada vez con mayor intencionalidad y acierto, por la apuesta por una narración que supera los límites del propio medio y despliega una misma ficción a través de diversas plataformas. De este modo, se logra que cada una de las creaciones asociadas a ella realice una “contribución específica y valiosa” (Jenkins, 2006: 101) y que los distintos textos, al entrar en interrelación, ofrezcan un mayor conocimiento de la mitología sobre la que se erige.

Tal y como afirma Pratten (2011), hemos pasado de la franquicia tradicional, en la que cada producto es autónomo y no establece relaciones narrativas con los demás, a la franquicia transmedia, que se establece sobre el principio de que el todo es más que la suma de sus partes y, por consiguiente, propicia el acceso de sus seguidores a todos aquellos productos vinculados a la ficción de la que son admiradores¹. Dado que en estas franquicias transmedia conviven productos que se limitan a reproducir historias originales –como sucede con muchas de las recientes adaptaciones a la gran pantalla de célebres cómics o videojuegos– con otros que realizan aportes de gran valor al ofrecer informaciones, introducir personajes o relatar acontecimientos inéditos, se propicia que los seguidores vayan recopilando piezas de ficción en las distintas plataformas y configuren a partir de ellas un discurso propio, disfrutando así de una experiencia lo más acorde a sus deseos y necesidades.

Las nuevas narraciones que han surgido bajo la etiqueta “transmedia” no hacen sino reproducir muchas de las estrategias que llevan empleándose durante décadas en medios tradicionales, aunque entonces no fuesen reconocidas bajo esta denominación. El término, que tiene su origen en el concepto “súper sistemas transmediáticos” (Kinder, 1991), fue acuñado para definir a aquellas franquicias que establecen interrelaciones entre sus distintos productos desde un punto de vista estrictamente comercial. Sin embargo, fue recuperado posteriormente bajo la expresión “transmedia storytelling” (Jenkins, 2003), que designa aquellas prácticas en las que la puesta en común de las distintas piezas se fundamenta en los aportes narrativos que realiza al conjunto cada una de ellas. Esta aproximación al fenómeno transmediático ha sido continuada por el propio Jenkins y por otros autores (Long, 2007; Dena, 2009; Davidson, 2010; Pratten, 2011; Bernardo, 2011; Scolari, 2013), popularizándose de este modo el término y fomentando el surgimiento de nuevas modalidades de producción, distribución y consumo de contenidos.

¹ Cfr. PRATTEN, Robert, *Getting Started with Transmedia Storytelling: A practical guide for beginners*, CreateSpace-Amazon, 2011. Disponible en: <http://www.tstoryteller.com/getting-started-in-transmedia-storytelling>

Las nuevas estrategias comunicacionales que han ido surgiendo asociadas a las narrativas transmediáticas reproducen muchas de las formas empleadas antaño a la hora de organizar y vehicular los contenidos, así como de trabajarlos desde el punto de vista de la historia y el discurso. Asimilando muchas de las tácticas explotadas por aquellos productos de ficción que, con anterioridad, ocuparon las pantallas televisivas y cinematográficas, así como las frecuencias radiofónicas y las páginas de numerosos medios impresos, las narrativas transmediáticas han llevado a límites insospechados la mezcla de los géneros clásicos. Muchas de las obras más recientes realizan atractivos mestizajes, poniendo en relación géneros tan consolidados y reconocibles como el western y la ciencia ficción (*Cowboys & Aliens*, Jon Favreau, 2011) e incluso otros tan dispares como el cine de terror, el drama y la comedia (*Balada triste de trompeta*, Álex de la Iglesia, 2010). Sin embargo, donde se están produciendo los casos más significativos es precisamente en las narrativas transmedia, que hacen posible la convivencia de todo tipo de géneros tanto en cada una de las distintas piezas ficcionales que las conforman como en las interrelaciones que se establecen entre ellas.

La franquicia de *Los Teleñecos*, que aúna una enorme cantidad de productos –programas de televisión, largometrajes, *tv movies*, cómics, películas en soporte videográfico, espectáculos musicales, atracciones en parques temáticos, etc.–, es uno de los ejemplos más claros de esta hibridación, que viene practicando desde hace más de medio siglo. Entre las numerosas piezas que forman parte de este universo ficcional se encuentran desde el celeberrimo show televisivo *Barrio Sesamo* (*Sesame Street*, PBS, 1970–), dentro del cual se han emitido incontables piezas narrativas de corta duración que reproducen incesantemente códigos de género, hasta obras cinematográficas que se erigen sobre el cine de aventuras –*Los teleñecos en la Isla del Tesoro* (*Muppet Treasure Island*, Brian Henson, 1996)– o la ciencia ficción –*Los teleñecos en el espacio* (*Muppets from space*, Timothy Hill, 1999)–. Asimismo, la serie televisiva destinada al público infantil *Los Pequeñecos* (*Muppet Babies*, CBS, 1984-1991), una de las muchas extensiones del universo *Muppet*, constituye en sí misma un ejemplo paradigmático de dicho mestizaje. El hecho de que sus protagonistas sean bebés que, apoyándose en ficciones ya existentes, emplean su imaginación para fusionarlas y generar historias inéditas que traspasan todo tipo de fronteras, resulta de por sí razón suficiente para otorgarle un lugar destacado en la franquicia y, por extensión, en el presente artículo, cuyo objetivo es averiguar en qué medida contribuye la mezcla de géneros y formatos a la *transmediación* de la franquicia y, como consecuencia, a la adopción de mecanismos de funcionamiento propios de tan característica estrategia narrativa.

METODOLOGÍA

Dado que la franquicia de *Los Teleñecos* abarca una enorme cantidad de productos de muy distinta naturaleza, la metodología empleada a la hora de analizar las distintas piezas que la conforman se ha basado en dos grandes líneas principales.

La primera de ellas ha consistido en la exploración de los distintos tipos de contenidos que, bajo el auspicio de la marca *Muppet*, realizan mestizajes dignos de ser destacados. Este trabajo de rastreo e identificación ha implicado el acceso a todo tipo de obras, lo que ha permitido obtener una visión compleja y completa del papel que desempeñan los géneros y formatos en la adaptación de relatos clásicos, la creación de nuevas historias y la introducción de elementos del universo ficcional en una gran variedad de obras, distinguiendo en todo momento entre las piezas provistas de un indudable valor narrativo intrínseco –tales como largometrajes, cómics o series de televisión– y aquellas otras que, pese a su aparente forma de meros productos de *merchandising*, pueden favorecer la continuación de los relatos oficiales y propiciar la generación de otros inéditos por parte de sus seguidores².

Por otra parte, con el fin de realizar una aproximación más delimitada, la segunda de las líneas se ha basado en el análisis de la serie televisiva *Los Pequeñecos*, examinando el modo en que se estructuran sus historias, así como las relaciones intertextuales y metaficcionales que estas establecen con textos ajenos a la franquicia. Para ello, ha sido necesario examinar los 107 episodios que conforman sus ocho temporadas, atendiendo especialmente a las tácticas que se emplean en cada uno de los capítulos y a las interrelaciones que, pese a que posean una naturaleza autónoma y presenten tramas auto-conclusivas, se acaban estableciendo entre ellos.

TRANSMEDIA STORYTELLING EN EL UNIVERSO MUPPET

Todo universo ficcional tiene un origen más o menos identificable, una especie de semilla inicial que ha ido desarrollándose para dar lugar, de forma más o menos rápida e incontenible, a todo tipo de ramificaciones o, recuperando la metáfora del universo, de expansiones y satélites. Disney, una de las mayores franquicias mediáticas, nació con Mickey Mouse y, más concretamente, con el primero de los cortos de animación que este protagonizó en la década de los 20: *Plane Crazy* (Walt Disney, 1928). Pese a que tuvo un predecesor, el conejo Oswald³, fue el archiconocido ratón quien actuó como verdadero impulsor del universo Disney y el que, a día de hoy, sigue siendo su principal icono a nivel mundial. De esta forma, a partir de un cortometraje en el que se presentaba oficialmente a Mickey acompañado de su

² Algunos de los productos que conforman el *merchandising* de una franquicia transmediática pueden realizar aportes muy interesantes desde el punto de vista del *storytelling*. Las figuras de acción, por ejemplo, pueden ser empleadas por los seguidores de las ficciones para extender los relatos, reinterpretarlos e incluso generar cruces entre ellos. Y, del mismo modo, los fans más acérrimos pueden valerse de camisetas y disfraces que reproducen la indumentaria de los personajes, así como de otros accesorios asociados a estos como armas o *gadgets*, para representar situaciones inéditas que prolonguen la experiencia narrativa.

³ Pese a que Oswald quedó relegado a un segundo plano, apareciendo en otros productos de animación durante finales de los años 20 –aún en Disney–, así como a lo largo de los 30 y los 40 –ya en Universal, que adquirió sus derechos–, recuperó su estatus en 2010, cuando co-protagonizó junto a Mickey Mouse el videojuego *Epic Mickey* (Junction Point, 2010) y sus posteriores secuelas, *Epic Mickey 2: the Power of Two* (Blitz games, 2012) y *Epic Mickey: The Power of Illusion* (DreamRift, 2012).

novia Minnie Mouse, han ido surgiendo infinitud de productos en los que este personaje ejerce el papel de maestro de ceremonias.

Algo similar sucede con la franquicia Alien, que nació en la gran pantalla con el célebre largometraje *Alien, el octavo pasajero* (*Alien*, Ridley Scott, 1979) y se ha ido extendiendo a través de otras piezas, entre las que destacan diversos largometrajes, varias series y mini-series de cómics, decenas de videojuegos y una ingente cantidad de *merchandising*. De forma similar a lo que sucedió en Disney con el videojuego *Epic Mickey* –en el cual se relatan los orígenes de Mickey Mouse y de su antecesor Oswald–, en Alien se ha recuperado a un personaje que ya aparecía en el film de finales de los 70 –el Space Jockey– en la nueva entrega de la saga, que recibe el nombre de *Prometheus* (Ridley Scott, 2012) en una clara alusión a su carácter prospectivo. De esta manera, el origen de ambos universos es un personaje con desdoblamientos –Oswald/Mickey, en el caso de Disney, y Space Jockey/xenomorfo, en el de Alien– que, además de actuar como catalizador, subyace en las historias contenidas en cada una de las piezas que los componen.

En el caso de *Los Teleñecos*, esa suerte de Big Bang que hace eclosionar la franquicia y origina los distintos productos que la constituyen, también toma la forma de un personaje. Este personaje es, ni más ni menos, que Kermit, conocido en España e Hispanoamérica como la rana Gustavo o la rana René, respectivamente. Aparecido por primera vez junto a su creador Jim Henson en el programa *Sam and friends* (WRC-TV, 1955-1961), enseguida se convirtió en el protagonista indiscutible de la *Jim Henson's Company* y, más concretamente, de la franquicia *Muppets*. Al igual que dentro del universo Disney han sido Mickey Mouse y sus amigos quienes han protagonizado cortometrajes, largometrajes, series de televisión, películas para televisión, cómics, productos *direct-to-video* o videojuegos, en el universo *Muppet* este papel lo asumen Gustavo y los suyos –Peggy, Gonzo, Fozzie, Rufo, Animal, Scooter o Skeeter–, que, al igual que Mickey, Minnie, Donald, Daisy, Goofy o Pluto, han estado compartiendo aventuras desde que eran bebés. Todos esos años de convivencia han dado pie a historias muy heterogéneas que, a lo largo de más de medio siglo y hasta la actualidad, han permitido a los distintos públicos adquirir un mayor conocimiento acerca de los personajes que las protagonizan. Desde los programas televisivos *Barrio Sesamo* (*Sesame Street*, PBS, 1970–) y *El show de los Muppets* (*The Muppets Show*, ITV, 1976-1981) hasta los cómics *The Muppets take Manhattan* (Marvel, 1984) y *Muppets Snow White* (Boom! Studios, 2010); los videojuegos *Muppet Monster Adventure* (Magenta Software, 2000) y *Muppets Party Cruise* (Mass Media Inc., 2003); o la webserie *The Muppets kitchen with Cat Cora*⁴ (2010–), han generado un universo ficcional que ha ido evolucionando de forma incesante, aunque manteniéndose fiel a sus inicios. Al fin y al cabo, se trata de una franquicia que conserva los mismos esquemas que la hicieron tan popular, tales como la aparición de personalidades que interactúan con los teleñecos, la adaptación de historias populares o la creación de *sketches* y piezas musicales con un marcado carácter didáctico. Este último aspecto, de hecho, posee una importancia fundamen-

⁴ <http://disney.go.com/partners/muppetskitchen/> [Consulta: 13/01/2013]

tal, ya que la música empleada en sus distintos productos –de forma similar a lo que sucede en la serie *Glee* (Fox, 2009–), logra establecer fuertes vínculos entre la ficción y su público. Y, por otro lado, es también muy significativo el hecho de que no hayan cesado de salir al mercado gran cantidad de productos que favorecen el acceso a la franquicia de muy diferentes tipos de público, desde los niños que leen cuentos infantiles basados en Gustavo, Peggy y compañía, hasta los preadolescentes que acuden al cine para ver obras más acordes a sus intereses como *Los Muppets* (*The Muppets*, James Bobin, 2011), o los jóvenes y adultos que disfrutan de las apariciones de algunos de los teleñecos en programas televisivos de gran éxito. Así, introduciendo este universo ficcional a través de tantas y tan distintas obras, se busca instaurar, como afirma Quintana (2011: 91) al hablar de aquellas ficciones que sobrepasan por completo los límites del medio, “un modelo de espectáculo en que los personajes se separen del lazo que los une a la pantalla para acabar habitando en el interior de nuestras propias casas, como si fueran nuestros familiares o amigos íntimos”.

A pesar de todo lo expresado anteriormente, cabe tener muy presente que, en el caso de *Los Teleñecos*, aunque las piezas forman parte de un gran puzzle narrativo, no constituyen fragmentos indispensables para la comprensión de la historia, sino que actúan como extensiones ficcionales que complementan lo narrado en el resto de soportes, aportando informaciones valiosas, sobre todo, a los seguidores más implicados. De este modo, cumplen el requisito de ser lo suficientemente auto-contenidos para permitir su consumo autónomo, sin que resulte necesario, por ejemplo, haber visto las series para disfrutar de los largometrajes, o de las películas televisivas para comprender los cómics⁵. Además, en el caso de las adaptaciones de relatos clásicos como las llevadas a cabo en el largometraje cinematográfico *Los Teleñecos en Cuento de Navidad* (*The Muppet Christmas Carol*, Brian Henson, 1992) o en la película para televisión *Los Teleñecos y el Mago de Oz* (*The Muppet's Wizard of Oz*, Kirk R. Thatcher, 2005), no es necesario conocer la historia original y se permite, por tanto, acercarse a ella de la mano de estos personajes, lo cual resulta muy atractivo para los fans y conlleva una reinterpretación con capacidad para realizar nuevos aportes a aquellos seguidores que conocen el relato original. Haciendo uso de todas estas estrategias, tal y como afirma Bernardo (2011:4), “los elementos transmediáticos actúan en concordancia con el universo narrativo, que contiene una gran variedad de personajes y tramas diferentes, en lugar de seguir estrictamente los elementos originales de la historia”.

En definitiva, todas estas formas de poner en relación los distintos productos permiten que existan textos muy heterogéneos en los que se abarca una gran diversidad de géneros y formatos, como sucede de forma especialmente significativa en la serie *Los Pequeñecos*.

⁵ Cfr. JENKINS, Henry, “Transmedia Storytelling. Moving characters from books to films to video games can make them stronger and more compelling”, *Technology Review*, versión online: <http://www.technologyreview.com/biomedicine/13052/> [Consulta: 04/05/2011].

LOS PEQUEÑECOS: JUGANDO CON LA HIBRIDACIÓN DE GÉNEROS Y FORMATOS

En lo que respecta al mestizaje de géneros cinematográficos y, aunque en menor medida, de formatos televisivos y radiofónicos, *Los Pequeñecos* se erige sin lugar a dudas como un caso paradigmático. En las propias cabeceras que la serie ha empleado a lo largo de sus ocho temporadas, pueden identificarse numerosas referencias a películas como *El Mago de Oz* (*The Wizard of Oz*, Victor Fleming, 1939), *El fantasma de la Ópera* (*The phantom of the Opera*, Rupert Julian, 1925), *Los cazafantasmas* (*Ghostbusters*, Ivan Reitman, 1984), *La Guerra de las Galaxias* (*Star Wars*, George Lucas, 1977), *Tobor el grande* (*Tobor the Great*, Lee Sholem, 1954) o *Indiana Jones: En busca del arca perdida* (*Raiders of the Lost Ark*, Steven Spielberg, 1981), anunciando así el común denominador de todos sus episodios: la construcción de historias a partir de pequeños fragmentos que, extraídos de otros relatos y reinterpretados en un nuevo contexto, logran aportar una nueva visión sobre ellos a los espectadores más jóvenes.

En sus más de cien episodios, pueden hallarse referencias, además de a las ficciones mencionadas anteriormente, a obras que han jugado un papel fundamental en el surgimiento y la consolidación de los géneros cinematográficos, tales como *Viaje a la Luna* (*Le voyage dans la Lune*, Georges Méliès, 1902), *The Bank Robbery* (William Tilghman, 1908), *20.000 leguas de viaje submarino* (*20.000 leagues under the sea*, Stuart Paton, 1916) y otras películas pertenecientes al género de la comedia burlesca o *slapstick*, así como a otras ficciones que se han erigido sobre los rasgos asentados por esos y otros films protagonizados por personajes como Sherlock Holmes y James Bond, o pertenecientes a las sagas de *Star Wars* y *Star Trek*. Asimismo, en los capítulos se integran rasgos estilísticos y se alude a tramas pertenecientes a series televisivas como *Corrupción en Miami* (*Miami Vice*, NBC, 1984-1989) y *La dimensión desconocida* (*The Twilight Zone*, CBS, 1959-1989); a programas de televisión como *Las Tortugas Ninja* (*Teenage Mutant Ninja Turtles*, CBS, 1987-1996) o *Los Jetsons* (*The Jetsons*, ABC, 1962-1963 / Syndication, 1985-1987); e incluso a seriales radiofónicos como *El llanero solitario* (*Lone Ranger*, WXYZ, 1933-1956). Como consecuencia, unido a este mestizaje de géneros y formatos, cabe destacar la constante sucesión de cruces ficcionales que se produce a lo largo de toda la serie.

Respecto al modo en que se llevan a cabo todos estos mestizajes, pueden distinguirse dos tendencias dentro de los diferentes capítulos. En primer lugar, pueden identificarse episodios que apuestan por un género específico y construyen su historia en base a este. Un claro ejemplo de ello es el octavo episodio de la séptima temporada, *The Next Generation* (Karen Peterson, 1990), que se erige sobre el género de ciencia-ficción y reproduce tanto situaciones como tonos dramáticos, personajes, localizaciones y ambientaciones características de grandes franquicias como *Star Wars* y *Star Trek*, además de vehículos y objetos de otras cintas del género⁶. Sin

⁶ En este mismo episodio se realiza un guiño muy interesante a *Las alucinante aventuras de Bill y Ted* (*Bill & Ted's Excellent Adventure*, Stephen Herek, 1989), integrando en la historia la famosa máquina del tiempo con forma de cabina telefónica que aparecía en esta cinta.

embargo, pese a respetar las convenciones de género instauradas por estas y otras películas del denominado *sci-fi*, se permite insertar anecdóticamente una referencia al cine de aventuras, como demuestra la aparición de la pequeña rana Gustavo caracterizada como Indiana Jones.

Otros capítulos, en cambio, recorren distintos géneros a través de una única historia que va evolucionando de forma coherente y realiza una progresión que se amolda a los tres actos aristotélicos –planteamiento, nudo y desenlace–. El cuarto episodio de la segunda temporada, llamado *The great cookie robbery* (Ray Lee y Terry Lennon, 1985), alude claramente a la película de Edwin S. Porter *Asalto y robo de un tren* (*The great train robbery*, 1903), de la que no solo toma el nombre sino también gran parte de la premisa argumental. Sin embargo, al contrario de lo que pudiera parecer, no se limita al género western, sino que atraviesa, antes de referenciarlo brillantemente en su último tramo, otros bien distintos. Se inicia en el cuarto de juegos, donde los pequeñecos viven todas las hazañas empleando su imaginación, y enseguida deriva hacia el género de aventuras, concretamente hacia una especie de película de expediciones en el Polo Norte.

Tal y como sucede con gran parte de las piezas de la franquicia, *Los Pequeñecos* cuenta con multitud de productos que reproducen historias ya contenidas en los capítulos televisivos o relatan otras nuevas, ofreciendo en cada caso una satisfacción de diferente tipo. Uno de los productos más destacados son los cómics, de los que se editó un total de 26 ejemplares entre 1985 y 1989, siendo *Muppet Babies #1: The Haunted Nursery* (Star Comics, 1985) el primer número y *Muppet Babies #26: Astro-Babies Save the Universe! / What a job!* (Star Comics, 1989) el último. Además de utilizar el mismo nombre –*Muppet Babies*–, los cómics llevan a cabo una estrategia idéntica a la de la serie en lo que respecta a la construcción de aventuras a partir del mestizaje de géneros y formatos. Algunas de las historias contenidas en estos cómics se basan fundamentalmente en un mismo género, como sucede con *Muppet Babies #2: The big space adventure* (Star Comics, 1985), que se erige sobre la ciencia-ficción; *Muppet Babies #11: Here Come the Flying Heroes* (Star Comics, 1987), cuyo argumento reproduce muchos de los patrones del actual cine de acción y, más concretamente, del de superhéroes; o *Muppet Babies #20: The Adventures of Kermit Hood and His Merry Band*, que se ubica en el género de aventuras. Otras historias, en cambio, y como sucedía en algunos episodios de la serie televisiva, fusionan esos géneros en una misma historia, como ocurre con el terror y el fantástico en *Muppet Babies #10: The Weather Demon*⁷; o el cine histórico, el musical, la comedia y el péplum en *Muppet Babies #7: Lost in Time*.

Unido a todo esto, en algunos de los episodios la hibridación adquiere una enorme relevancia en tanto que atestigua el gran poder evocador de las narrativas transmedia. El noveno episodio de la quinta temporada, *Elm Street babies* (Ray Lee y Karen Peterson, 1988), se convierte en un canto a la participación activa de la

⁷ La historieta de este cómic presenta ciertas similitudes con la película *Los héroes del tiempo* (*Time Bandits*, Terry Gilliam, 1981), pues, como aquella, se inicia con un viaje en el tiempo que lleva a los pequeñecos a distintas épocas. Esta estructura posibilita la mezcla, en una misma historia, de diferentes géneros que guardan escasas relaciones entre sí.

audiencia y la producción de contenidos por parte de esta, dado que relata cómo los pequeñecos se despiertan en plena noche y, tratando de volver a conciliar el sueño, se cuentan sus sueños unos a otros, mezclando los códigos de las películas de aventuras con los del western y el musical, así como los del cine de terror y el de ciencia-ficción, realizando al mismo tiempo un homenaje más que evidente al psicodélico paso por el cine de los Beatles de *Yellow Submarine* (George Dunning, 1968). Por su parte, el episodio séptimo de la segunda temporada y el quinto de la tercera, *I want my muppet TV* (Ray Lee y Terry Lennon, 1985) y *The Muppet Broadcasting Company* (Ray Lee y Robert Shellhorn, 1986), relatan cómo los pequeños teleñecos deciden crear sus propios programas televisivos –fusionando los programas de cocina, los *late night shows*, los servicios informativos o los espectáculos de *stand-up comedy*– y radiofónicos –haciendo lo propio con seriales como *Captain Midnight* (WGN, 1938-1949), *Las nuevas aventuras de Sherlock Holmes* (*The new adventures of Sherlock Holmes*, NBC, 1939-1947) o *The Shadow* (Mutual, 1937-1954)–, que se acaban entremezclando para confluír en un único producto de autoría colectiva. Estos episodios, por consiguiente, resultan especialmente interesantes dado que demuestran de qué manera la conjunción de las producciones individuales termina dando lugar a una obra que es mucho más grande que la suma de los distintos fragmentos que la conforman, una filosofía que entronca directamente con el principal objetivo que persiguen las narrativas transmediáticas. Así, la serie resulta fundamental para comprender ya no solo por qué la franquicia de *Los Teleñecos* se erige sobre una narración transmediática sino también para reconocer los elementos y mecánicas que pueden elevar una ficción a dicha categoría.

PUNTOS DE ENTRADA Y PÚBLICOS

Tal y como se mencionaba anteriormente, el universo de *Los Teleñecos* está constituido por una cantidad de productos tan amplia y diversa que logra satisfacer los deseos y necesidades de un amplio rango de sus distintos públicos potenciales. La mayor parte de sus piezas, por el hecho de estar repletas de innumerables referencias cinéfilas y citas intertextuales, hacen posible la existencia de diferentes lecturas, lo que permite que sean disfrutadas a varios niveles. Sin embargo, a pesar del gran valor que posee este hecho, resulta aún más significativo que los *muppets* protagonicen obras destinadas a niños de muy corta edad, como los cuentos ilustrados protagonizados por pequeñecos *Bye-bye diapers* (Tom Cooke, Golden Books, 1991) o *I can share* (Bonnie Worth, Golden Books, 1993), que poseen una clara función didáctica; a adolescentes y jóvenes, como los cómics *Muppet Peter Pan* (BOOM! Studios, 2009) y *Muppet King Arthur* (BOOM! Studios, 2010), los cuentos recogidos en el libro *Tales of a sixth-grade muppet: The Good, the Bad, and the Fuzzy* (Kirk Scroogs, 2011), o los videojuegos *Muppets Race Mania* (TT Games, 2000) o *Spy Muppets: License to Croak* (Vicarious Visions, 2003); e incluso a adultos, que pueden disfrutar de los cameos que varios personajes de la franquicia han realizado en programas y series televisivas como *Saturday Night Live* (NBC, 1975–) o *30 Rock* (NBC, 2006–).

Todos estos productos actúan como puntos de entrada a la franquicia, en tanto que despiertan el interés del público por el universo ficcional de *Los Teleñecos* y les crean deseos de acceder a otras piezas que prolonguen su experiencia. De este modo, cualquier pieza es susceptible de desencadenar un desplazamiento de los seguidores de un soporte a otro para acceder a aquellos productos que les resultan más atractivos⁸. Un espectador que sea consumidor habitual de videojuegos o cómics, por ejemplo, tras ver cualquiera de las películas, puede interesarse por este universo de ficción y desear sumergirse en los mundos virtuales o las viñetas que se basan en él. Se lleva a cabo, por tanto, una estratificación –lo que Dena (2009: 237) denomina *tiering*– que busca alcanzar a sus públicos a través de diferentes tipos de contenidos y soportes. Por tanto, el enorme ecosistema de productos con valor narrativo permite que los diferentes tipos de audiencia encuentren su lugar en el universo *Muppet*, fidelizando a los nuevos seguidores y recuperando a los más veteranos. Aquellos adultos que siguieron las aventuras de los *muppets* siendo niños, pueden continuar acompañando a estos personajes en la actualidad a través tanto de productos dirigidos a un público maduro como de otros que, si bien están orientados a un público infantil o juvenil, podrían reconquistar a esta parte del público despertando su nostalgia y haciéndole rememorar experiencias vividas junto a estos personajes, principalmente, frente a la pantalla del televisor.

En relación con dicha estratificación cabe destacar también el papel fundamental que, en una sociedad dominada por el acceso a obras de ficción a través de todo tipo de dispositivos en movilidad, desempeñan los contenidos que se difunden a través de redes sociales o plataformas de contenido como YouTube. Dos casos bastante ilustrativos de este fenómeno son el video humorístico que protagonizaron los miembros de la banda musical *OK Go* junto a los teleñecos Animal y Floyd Pepper⁹, o el *sketch* musical que, dentro del programa *Barrio Sesamo*, reunió al cómico Ricky Gervais con el *muppet* Elmo¹⁰.

Del mismo modo, resulta necesario prestar especial atención a la última película de *Los Teleñecos*, traducida en España como *Los Muppets (The Muppets)*, James Bobin, 2011), dado que supone un interesantísimo reinicio de la franquicia¹¹. La historia se inicia con Walter, un fan de *Los Teleñecos* que decide cumplir su sueño de visitar el Teatro de Los Muppets y descubre que este está completamente desmantelado y que será demolido a menos que se recauden los fondos necesarios para salvarlo. Para evitar que esa emblemática ubicación –por otra parte, ficticia– desaparezca, Walter empieza a reunir a los distintos teleñecos, que, olvidados por el público, han abandonado toda esperanza de volver a ser estrellas. De esta forma, el propio argumento de la película refleja la mecánica empresarial llevada a cabo por la

⁸ Respecto a las estrategias que se emplean para desencadenar la migración de la audiencia de una pieza ficcional a otra, resulta especialmente interesante la obra de Geoffrey Long *Transmedia Storytelling. Business, Aesthetics and Production at the Jim Henson Company*, Massachusetts, MIT, 2007.R

⁹ <http://www.youtube.com/watch?v=yHK0JVAqQgE> [Consulta: 23/03/2013]

¹⁰ <http://www.youtube.com/watch?v=TtYuzE01E1A> [Consulta: 15/03/2013]

¹¹ De hecho, ante su buena acogida, su secuela, que recibirá el título de *The Muppets...Again!*, se halla actualmente en fase de producción.

franquicia con el objetivo de permitir a estos personajes recuperar su prestigio. Si la maniobra ya es por sí sola muy inteligente, lo es aún más teniendo en cuenta que existe una atracción llamada *Muppet*Vision 3D*, ubicada en el parque temático Disney's Hollywood Studios de Florida, que reproduce dicho teatro y ofrece la posibilidad de acudir virtualmente a uno de los programas de *El Show de los Muppets*, proporcionando así “un fuerte sentimiento de pertenencia al otorgarnos la oportunidad de visitar lugares sobre los que solo hemos leído o de los cuales únicamente hemos sido testigos en la gran pantalla” (Davidson, 2010: 97). Todo ello concede un mayor sentido a esta extensión –a medio camino entre lo real y lo ficticio– y demuestra el alcance que pueden tener las experiencias generadas a partir de narrativas transmediáticas. Además, conviene señalar que la película cuenta con otras extensiones de tipo promocional y publicitario, como son sus propios trailers y otras herramientas promocionales, en los que se parodian y homenajean películas coetáneas como *Millenium: Los hombres que no amaban a las mujeres* (*The Girl with the Dragon Tattoo*, David Fincher, 2011) o *Linterna Verde* (*Green Lantern*, Martin Campbell, 2011), y franquicias tan afamadas como la de Crepúsculo.

CONCLUSIONES

Del estudio de las distintas piezas que conforman el universo *Muppet* y el análisis de la totalidad de episodios que conforman la serie televisiva *Los Pequeñecos*, pueden extraerse las siguientes conclusiones:

- La hibridación de géneros y formatos, tanto en cada una de las piezas como en la totalidad del puzzle narrativo que entre ellas conforman, favorece la existencia de una auténtica narrativa transmediática en la que cada pieza realiza su aporte narrativo adoptando diferentes códigos que, de otra forma, difícilmente podrían coexistir. Dicho mestizaje enriquece enormemente la narración que se despliega a través de los diferentes productos, permitiendo la difusión de historias de muy distinta índole y reforzando tanto su carácter autónomo como su fin extensivo.
- La adaptación de una gran diversidad de obras reconocidas, tanto literarias como cinematográficas, lejos de provocar repeticiones y redundancias innecesarias, conlleva una valiosa reinterpretación de los relatos. La recuperación de estas historias consigue satisfacer tanto a aquellos seguidores que ya las conocían, a los que les proporciona una nueva versión adecuada a la mitología de *Los Teleñecos*, como a aquellos otros que acceden a ellas por vez primera, ofreciéndoles una lectura que, pese a su peculiaridad, mantiene la esencia de la obra original.
- Asimismo, la construcción de historias inéditas a partir de fragmentos extraídos de relatos ya existentes puede incitar a los seguidores a migrar hacia otros productos de la franquicia e incluso a acceder a las propias ficciones referen-

ciadas. La estrategia de poner en relación historias muy heterogéneas dentro de una misma pieza ficcional constituye un fiel reflejo de las tendencias de consumo que imperan en la sociedad actual, en las que la intertextualidad ocupa un lugar destacado.

- La franquicia pone a disposición de sus públicos gran cantidad y variedad de productos, lo que permite que exista una gran diversificación y se alcance a los distintos espectros de audiencia, desde a los niños que se divierten con los cuentos y las series de animación, hasta a los adultos que disfrutan de las apariciones humorísticas de los personajes en sus programas favoritos, pasando por los adolescentes y los jóvenes que acceden a este universo narrativo a través de los cómics y los videojuegos. La existencia de tantos y tan distintos puntos de entrada a la franquicia posibilita la fidelización de sus nuevos seguidores y la recuperación de aquellos más veteranos que, aunque dejaron de seguirla, ahora vuelven a retomar el contacto con ella.
- El propio contenido de las piezas ficcionales, en el que se muestran todo tipo de prácticas relacionadas con la producción de contenidos y la consecución de una autoría compartida, aviva la participación activa de la audiencia. Y, asimismo, la existencia de parodias de otras franquicias y de multitud de cruces con otras obras evidencia el importante papel que juegan los fans a la hora de enriquecerla y hacerla llegar a otros seguidores en potencia.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- BERNARDO, Nuro (2011): *The producer's guide to transmedia. How to develop, fund, produce and distribute compelling stories across multiple platforms*. Lisboa: beActive, p. 4.
- DAVIDSON, Drew (2010): *Cross-media communications: An Introduction to the art of Creating Integrated Media Experiences*. Pittsburgh: ETC Press, p. 97.
- DENA, Christy (2009): *Transmedia Practice: Theorising the Practice of Expressing a Fictional World across Distinct Media and Environments*. Tesis doctoral, Universidad de Sydney, p. 237. Disponible en: <http://www.christydenna.com/phd/>
- JENKINS, Henry (2003): "Transmedia Storytelling. Moving characters from books to films to video games can make them stronger and more compelling". En *Technology Review* (versión online). <http://www.technologyreview.com/biomedicine/13052/> [Consulta: 04/05/2011].
- JENKINS, Henry (2006): *Convergence culture: Where old and new media collide*. New York: New York University Press, p. 101.
- KINDER, Marsha (1991): *Playing with Power in Movies, Television, and Video Games: From Muppet Babies to Teenage Mutant Ninja Turtles*. California: University of California Press, pp. 38.
- LONG, Geoffrey (2007): *Transmedia Storytelling. Business, Aesthetics and Production at the Jim Henson Company*. Massachusetts: MIT, p. 20.

- PRATTEN, Robert (2011): *Getting Started with Transmedia Storytelling: A practical guide for beginners*. CreateSpace-Amazon. Disponible en: <http://www.tstoryteller.com/getting-started-in-transmedia-storytelling>
- QUINTANA, Angel (2011): *Después del cine. Imagen y realidad en la era digital*. Barcelona: Acantilado, p. 91.
- SCOLARI, Carlos A. (2013): *Narrativas transmedia. Cuando todos los medios cuentan*. Barcelona: Deusto.

RESUMEN

El universo narrativo de *Los Teleñecos*, cuyos orígenes se remontan a hace más de medio siglo, se ha ido expandiendo de forma imparable hasta el día de hoy, en que se erige como una narrativa transmediática capaz de fidelizar a sus seguidores a través de los diferentes productos que la integran y, lo que es más importante, de proporcionarles una experiencia más completa y satisfactoria conforme estos acceden a una mayor cantidad de las piezas que componen ese gran puzzle ficcional. Prestando especial atención a la serie televisiva *Muppet Babies*, el presente artículo pretende dilucidar el papel fundamental que, con frecuencia, ejerce la hibridación de géneros cinematográficos, así como de formatos televisivos y radiofónicos, en la construcción de este tipo de narraciones.

Palabras clave: transmedia storytelling, los teleñecos, universo narrativo, hibridación, géneros cinematográficos

Muppets Transmedia Universe: meeting point of genres and formats

ABSTRACT

The story world of *The Muppets*, whose origins date back more than half a century, has been inexorably expanding until today, when it stands as a transmedia storytelling engaging his followers through its different products and, more importantly, providing a more complete and satisfying experience as they access to more of the pieces that make up this great fictional puzzle. Paying close attention to the TV series *Muppet Babies*, this article seeks to clarify the essential role often played by the hybridization of film genres, as well as of television and radio formats, in the construction of this kind of narratives.

Keywords: transmedia storytelling, the muppets, story world, hybridization, film genres