



Apostando, por tanto, por la apertura y diversidad que facilita el marco de referencia (y evitando infértiles debates terminológicos), el volumen resulta exitoso en reforzar la progresiva implantación en la academia española de los *Transmedia Studies*, siguiendo la estela de las contribuciones del proyecto NarTrans y de publicaciones anteriores como *Narrativas transmediales. Las metamorfosis del relato en los nuevos medios digitales* (Gedisa, 2019), también editado por Sánchez-Mesa. El esfuerzo por institucionalizar los estudios en esta área tiene, además, el efecto positivo de promover las colaboraciones y conversaciones interdisciplinarias e interdepartamentales (pues convocan a especialistas en literatura, cine, artes escénicas, nuevos medios, periodismo, marketing, etc.).

*Transmedialización & Crowdsourcing* está organizado en tres grandes bloques. Entre la Introducción y la primera de estas secciones, se incluye además un texto de Mieke Bal en el que reflexiona sobre la relación entre intermedialidad, cultura migratoria y trauma, a partir del análisis de algunos de sus proyectos de instalaciones y vídeos.

La primera parte, titulada “Performance e intermedialidad: literatura y teatro” incluye seis estudios de muy diferentes formas de narrativas transmediales y de *crowdsourcing*, con la presencia del elemento literario como punto en común. María Ángeles Grande reflexiona sobre nuevas formas de leer, intensamente performativas, que originan (o son originadas por) lo que ella denomina “lectoespectadores” o “translectores”, dotados de unas competencias multimodales propias del *fandom*. Rui Torres y Rubén Ferreira analizan, por su parte, *O Homem que queria ser agua*, un proyecto de transmedia de Antonio Abernı alimentado de prácticas colaborativas y de sistemas de *crowdfunding*. El tercer estudio corre a cargo de Jan Baetens y Domingo Sánchez-Mesa, y en él analizan el poemario *Frankenstein 1973-2020*, escrito a cuatro manos a partir de *El espíritu de la colmena* de Erice, llevando a cabo un proceso de apropiación/remediación. José Manuel Ruiz Martínez reflexiona sobre la pérdida del aura artística que experimentan algunos productos que son diseñados con un carácter transmedial para funcionar a nivel comercial. El montaje de *Comedia sin título* (2019) de la dramaturga Sara Molina se convierte en el objeto de estudio de María José Sánchez Montes, quien estuvo involucrada en el proceso de transmedialización de la obra en la red social Instagram. Esta primera parte clausura el estudio de Mario de la Torre en torno a *El libro de Toji*, obra transmedia (con distintas partes/etapas, llevadas a cabo en varios días y a través de distintos canales digitales) surgida a partir de la primera edición post-pandemia del Festival de Otoño de Madrid, en 2020.

“Hacia el audiovisual transmedia: Cine y Televisión” es el título del segundo gran bloque del libro. En el texto que lo inaugura, Nieves Rosendo defiende que el borrado lúdico de las fronteras entre ficción y realidad es una constante en las narrativas transmedia. Por su parte, Ana Sedeño demuestra que la industria del videoclip está reaccionando ante las nuevas lógicas de consumo y recepción, apostando por estrategias transmediales como el álbum visual. Francisco José Gómez Pérez y Eladio Mateos analizan la obra en torno a Federico García Lorca titulada *NAVIDLO ET ON SONISESA SUT* de Valeriano Gómez, compuesta por *performances*, vídeos en YouTube, exposiciones, intervención de espacios, etc., así como por el documental *Juana la Lorca*, dirigido por el propio Gómez, en el convergen los elementos anteriores, enfatizando su carácter transmedial. La serie *WandaVision* (2021) de Disney+ es el objeto de estudio de María José Higuera, quien ve en ella la prueba del comienzo de una nueva fase de la franquicia Marvel marcada

por las lógicas transmediales destinadas a satisfacer los deseos de los *fans*, expandiendo sus experiencias en modelo que la autora denomina “metatelevisión”. Le sigue la exploración que hace Juan José Balaguer de las conexiones entre la creación colaborativa y el activismo transmedia en el ámbito digital, y cómo estas sinergias replantean las nociones de canon y *fandom*. La segunda parte se cierra con la contribución de Miguel Olea, quien analiza el modo en que ciertas series de televisión de vanguardia, como las míticas *Twin Peaks* o *Berlin Alexanderplatz*, asumen eficazmente elementos de la estética posdramática.

La tercera y última parte, “Nuevos medios interactivos”, comienza con un texto de Valentina Moreno y Arnau Gifreu-Castells en el que analizan varios ejemplos de documental transmedia, como *Las sinsombrero* o *Question Bridge: Black Males*. La contribución que le sigue, a cargo de Alan Hewitt, Juan Ángel Jódar Marín y Kornél L. Varga, se detiene en el proyecto de realidad extendida XR-SimVision, cuya simulación de discapacidades visuales pone de manifiesto las posibilidades de la práctica transmedial al margen de las narrativas ficcionales y destinada al cambio social. Magdalena Trillo-Domínguez se cuestiona la manera en que las estrategias transmediales se están implantando en el periodismo digital, evaluando las ventajas e inconvenientes de este proceso. La industria discográfica es el objeto de estudio de José Patricio Pérez-Rufí, quien se fija en el modo en que los sellos Defected Records y Glitterbox han puesto en marcha estrategias de marketing transmedia en respuesta a los retos sobrevenidos en el contexto de la pandemia de COVID-19. Por su parte, Andrea Kaiser-Moro explica cómo el enfoque transmedial está revolucionando la museística contemporánea, la cual pretende asegurar al visitante una experiencia personal y altamente emocional. A continuación, Pablo Marín Escudero se enfoca en las connotaciones que adquiere el cuerpo al sumergirse en la realidad virtual, en un proceso de textualización que problematiza el debate sobre lo posthumano. Cierra el volumen Alba Torrebejano Osorio con un análisis de la naturaleza transmedial de ciertos juegos de rol y larp (Live Action Role-Playing), cuyos procedimientos de creación colaborativa expanden creativamente la experiencia lúdica al mismo tiempo que pueden llegar a plantear problemas de autoría.

Como ha pretendido reflejar esta reseña, en el libro *Transmedialización & Crowdsourcing* convergen, de manera natural y coherente, contribuciones que sitúan en lugares muy diferentes sus objetos de estudio y sus afiliaciones disciplinarias, pero que al mismo tiempo coinciden en poner el foco en unos “modos de hacer” (transmediales y colaborativos) que se demuestran cada vez más habituales y más ingeniosos en la labor de profesionales de ámbitos como la creación artística, la publicidad y el marketing, la dinamización cultural o el periodismo. La variedad e interés de los estudios aquí reunidos auguran, sin duda, un futuro prometedor a los *Transmedia Studies* en la academia española (y en español).