

Estudios sobre la transformación digital de la comunicación



FINANCIA



ORGANIZAN



PATROCINAN



Estudios sobre la transformación digital de la comunicación



CRÉDITOS

Editores: Marga Cabrera Méndez, Rebeca Díez Somavilla y José Luis Giménez López

Coordinador edición: Alberto López Navarrete

X Congreso Internacional de Comunicación y Tecnología (2020)

Dirección web del congreso: <https://comunica2.webs.upv.es/>

Estudios sobre la transformación digital de la comunicación

ISBN: 978-84-09-29822-8

Editorial: Forum XXI

Los artículos fueron seleccionados por arbitraje externo, mediante el sistema doble ciego.

Maquetación: Daniela A. Salcedo Bolívar (danisalcedobo@gmail.com)

Supervisión maquetación: María Elena Del Valle Mejías



ÍNDICE

Prólogo	7
El discurso digital durante el confinamiento en España: análisis multimodal de las entrevistas a políticos en À Punt	9
Entre los diversos juegos, los electrónicos: una investigación sobre el juego en el cotidiano de niños brasileños.....	21
Divulgación de la ciencia en femenino	33
eTwinning en la Formación Profesional. Proyecto <i>#Fishes</i> y su aplicación en el aula	41
Paquita Salas: un mundo transmedia 360	53
Impacto en redes sociales de la Maratón de Valencia Trinidad Alfonso 2019	67
Análisis crítico en paneles de expertos sobre vulnerabilidad y riesgo de menores en redes sociales	77
La publicidad, positivo en COVID-19.....	93
Comportamiento de los adolescentes guayaquileños, durante el Estado de Emergencia Sanitaria Covid-19´ y su relación con las medidas de protección y medios de comunicación	109
La “coca” en los storytelling de filmes que visibilizan la cultura andina (aymara – quechua) y sus realidades transmedia	121
Comité científico	135

Paquita Salas: un mundo transmedia 360

José Vázquez González¹

RESUMEN

El pasado 23 de septiembre llegó a las librerías “Paquita Salas. Superviviente: Mis memorias escritas con la colaboración de Javier Ambrossi y Javier Calvo” (Ambrossi y Calvo, 2020), el libro de “Los Javis” que extiende aún más el mundo de uno de sus personajes más conocidos: Paquita Salas. Desde el nacimiento de la serie en 2016 en la plataforma de streaming Flooxer, perteneciente al grupo Atresmedia, el éxito cosechado impulsó el crecimiento y desarrollo del proyecto. Fue la adquisición de Netflix en 2017 lo que hizo despegar de forma cuantitativa y cualitativa el proyecto. Actualmente nos encontramos con un universo propio y reconocible que, pese a abarcar distintos medios/plataformas e, incluso, experiencias, sigue siendo fiel a la mundanidad de la serie. El objetivo de esta investigación es identificar, analizar y describir el mundo transmedia de Paquita Salas. Para ello, hemos empleado propuestas metodológicas complejas como la de García y Herrero (2015).

Palabras claves: Netflix, Mockumentary, Paquita Salas, Transmedia, Transmedia Worlds

ABSTRACT

"Paquita Salas. Superviviente: Mis memorias escritas con la colaboración de Javier Ambrossi y Javier Calvo" (Ambrossi y Calvo, 2020), published last 23rd September, was written by "Los Javis", based on one of their most famous characters: Paquita Salas. The series was released on the streaming platform Flooxer, belonging to Atresmedia, in 2016, and its success and the purchase by Netflix in 2017 encouraged the development of the project. Nowadays, there is a distinctive and recognizable universe that, despite covering several platforms and even experiences, is still true to series worldness. The main aim of this research is identify, analyze and describe the Paquita Salas transmedia world. For that reason, complex methodological proposals have been applied, such as García & Herrero (2015).

Keywords: Netflix, Mockumentary, Paquita Salas, Transmedia, Transmedia Worlds

5.1. INTRODUCCIÓN

Con la llegada de Internet, experimentamos un cambio mucho mayor que un mero avance tecnológico. La World Wide Web supuso, entre otras cosas, la democratización de las formas de

¹. Doctorando en el Programa de Doctorado Interuniversitario en Comunicación por la Universidad de Sevilla.

comunicación. Como si se tratase de una bola de derribo, asistimos a la rotura de barreras que hasta ese momento se pensaban infranqueables. La irrupción de Internet desdibujó las líneas que separaban a consumidores y productores, audiencias y programas televisivos. Descubrimos en aquel momento que el deseo de participación de la audiencia estaba latente, y que sólo había hecho falta un medio que les diera esa oportunidad. La comunicación, en todas sus versiones, se había democratizado, dando lugar a nuevas dinámicas comunicativas y sociales y, por tanto, a un nuevo paradigma.

Para Scolari, este nuevo escenario conllevaba también la fragmentación de la audiencia, ya que las personas contaban cada vez con más medios y plataformas para acceder a más contenido. De hecho, el autor considera que hay que ir más allá y hablar de la “atomización” de las audiencias (Scolari, 2014, p. 73). Ante esta realidad, las narrativas transmedia o transmedia *storytelling* serían “una posible solución [...] para afrontar la atomización” ya que “permiten reagrupar a las audiencias alrededor de un relato” (Scolari, 2014, p. 73). Pero, ¿cuándo hablamos de narrativas transmedia?

5.1.1. Una aproximación a las narrativas transmedia

El concepto de narrativa transmedia, o transmedia *storytelling*, fue acuñado por Henry Jenkins en 2003 para definir las nuevas dinámicas comunicativas y productivas surgidas como resultado de la convergencia de medios y canales. Rodríguez considera que podemos hablar de narrativas transmedia cuando un “contenido ficcional [...] nace y evoluciona insembrado ya en múltiples soportes y plataformas, alimentado por creadores profesionales y fans amateurs” (2012, p.66). En este sentido, uno de los aspectos clave para hablar de estas narrativas es el carácter participativo del consumidor. Scolari y Establés apuntan cómo son las “nuevas generaciones” quienes más demandan este tipo de proyectos, ya que “les gusta sumergirse en las historias, reconstruir el pasado de los personajes, conectarlos con otros textos” (2017, p. 1015).

Al hablar de una dinámica relativamente reciente y que está en constante evolución y experimentación, podemos encontrarnos vicisitudes para delimitarlo conceptualmente. Sin embargo, parece existir cierto consenso entre los autores (Establés, 2016, p. 480; Costa y Piñero, 2012, p. 115), al considerar necesarios estos tres elementos para hablar de narrativas transmedia:

1. La historia debe expandirse a través de distintas plataformas o medios (libros, series, videojuegos o juegos de mesa). Además, cada uno de estos medios deberá aprovechar su propio lenguaje para explotar al máximo su aportación a la historia.
2. Cada relato de cada plataforma debe aspirar a ser independiente. Es decir, el usuario no necesitará consumir todos para poder comprender la historia. Sin embargo, cuantos más relatos consuma a través de más plataformas o medios, mayor será el grado de conocimiento de la historia.
3. El espectador/usuario/lector/consumidor debe adoptar un papel activo. Las expansiones podrán ser gestionadas tanto por los creadores oficiales (top-down), como por los usuarios (bottom-up), hablando en este último caso de Contenido Generado por el Usuario (CGU).

De forma acertada, Mayor define el concepto de transmedia como “un conjunto de decisiones tomadas sobre la mejor manera de contar una historia en particular a un público en particular en un contexto en particular en función de los recursos específicos disponibles para los productores” (2014, p.71). Aunque pueda resultar demasiado amplia, el propio autor señala que una definición amplia enriquece las opciones de productos transmedia.

5.1.2. Mundos y universos transmedia

Una vez asentadas las bases de las narrativas transmedia, profundizamos más en la investigación que nos atañe. Como indica el título de la misma, esta investigación busca describir el proyecto Paquita Salas no como una narrativa transmedia, sino como un *mundo* transmedia. Ambos términos están estrechamente relacionados y tienen una relación simbiótica. En palabras de Klastrup y Tosca, los mundos transmedia son

sistemas de contenido abstractos a partir de los cuales se puede actualizar o derivar un repertorio de historias y personajes de ficción a través de una variedad de formas de medios. Lo que caracteriza a un mundo transmedia es que la audiencia y los diseñadores comparten una imagen mental de la “mundanidad”² (una serie de características distintivas del universo) (2004, p.1).

La mundanidad a la que las autoras hacen referencia se compondría a partir de tres elementos centrales (Klastrup y Tosca, 2004, p.4):

1. **Mythos**: hace referencia a los mitos, personajes, historias y conflictos que conforman el proyecto.
2. **Topos**: contextualiza espacio-temporalmente la historia. Puede variar en función conforme se desarrollen nuevos contenidos o expansiones.
3. **Ethos**: hace referencia a la moral y el código ético que configuran a los personajes y a la historia.

La diferencia entre los dos conceptos abordados hasta ahora, narrativa transmedia y mundo transmedia reside en que la primera se centra en “la narración concreta de una historia a través de diferentes medios”, mientras que el segundo “trata las propiedades abstractas que recorren y atraviesan las diferentes manifestaciones de ese mundo” (Scolari y Establés, 2017, p.1018). Es decir, el mundo transmedia se construye a partir de las narrativas transmedia, y sus rasgos comunes, que lo integran.

Autores como Miranda consideran necesario diferenciar a su vez entre universos transmedia y mundos narrativos (2017). Recurriendo a la metáfora del universo, para este autor existen distintos sistemas planetarios correspondientes con los distintos tipos de comunicación existente.

² En su versión original los autores hablan de *worldness*. Esta traducción es la propuesta por Scolari y Establés (2017, p. 1018).

Algunos de los sistemas que podrían construir el universo transmedia son: la narrativa transmedia (NT), el marketing transmedia o transbranding (MT), el periodismo transmedia (PDT), o la publicidad transmedia (PT) (Miranda, 2017, p.50). Esta investigación no se centrará, sin embargo, en distinguir los distintos “sistemas” que componen el universo de Paquita Salas, sino más bien esbozar cuál es la mundanidad del proyecto y cómo son sus expansiones.

Las expansiones narrativas, como venimos apuntando, dan mayor complejidad y profundidad al mundo narrativo. En este sentido, podemos encontrar expansiones de distinta naturaleza y profundidad. Miranda propone el siguiente esquema a modo de síntesis:

ESTRATEGIAS DE EXPANSIÓN NARRATIVA TRANSMEDIA	
BASADAS EN EL TIEMPO	Precuelas
	Secuelas
	Paraelipsis
	Elipsis
	Anaelipsis
	Prolepsis
	Historias intersticiales
BASADAS EN EL ESPACIO	Nuevas localizaciones
	Profundización en las localizaciones
BASADAS EN LOS PERSONAJES	Nuevos personajes
	Profundización en los personajes
BASADAS EN LA ACCIÓN	Nuevas tramas
	Profundización en las tramas

Tabla 1. Estrategias de expansión de narrativa transmedia.

Fuente: Miranda, 2017, p.82.

Es importante señalar que no todos los contenidos que surgen en un universo transmedia, expanden narrativamente ese universo. Para delimitar qué contenidos pertenecen al mundo de la narrativa transmedia (NT), utilizaremos la siguiente tabla:

Contenido X			
¿Se encuentra en un medio diferente a la macrohistoria?			
Sí		No	
¿Aporta algo diferente, único y valioso para el mundo narrativo de ficción? ¿Lo expande?			
Sí		No	
En caso afirmativo, ¿qué tipo de contenido nuevo aporta?			
Nuevas localizaciones			
Nueva información de personajes			
Nuevos personajes			
Ampliación de tramas			
Nuevas tramas			
Línea temporal			
Relación/Relaciones con la Macrohistoria			
Historia Preliminar (HP)			
Historia Paralela (HPA)			
Historia Intersticial (HI)			
Historia Periférica (HPR)			
Profundización de personaje			
Completa la historio (CH)			
Tipo de contenido			
Video			
Texto			
Otro			

Tabla 2. Delimitación contenidos NT.

Fuente: elaboración propia a partir de Miranda, 2017, p. 177 y Belsunces, 2011, p. 61.

5.2. METODOLOGÍA

El objetivo de esta investigación, como hemos apuntado anteriormente, es el de estructurar, analizar y describir el mundo transmedia de Paquita Salas a partir de su macrohistoria (López et. Al, 2016-2019) y limitando el estudio a las expansiones *top-down* (Establés, 2016, p. 497). Por lo tanto, la metodología que vertebra esta investigación es el estudio descriptivo de caso (Jiménez, 2012, p. 143).

Aunque desde la academia han surgido diversas propuestas de marcos de análisis de mundos y universos transmedia (Klastrup y Tosca, 2004; Belsunces, 2011, entre otros), es la de García y Herrero (2015) la que guiará nuestro análisis, por su profundidad y extensión. El modelo propuesto por las autoras describe cuatro epígrafes o fases:

1. Identificación y análisis de la macrohistoria: en esta etapa analizaremos el medio o soporte y la audiencia en la que se desarrolla; las distintas partes que componen la macrohistoria; y sus aspectos narrativos (el tiempo, el espacio, la historia, los personajes...). En este apartado, sin hacer una mención explícita, desarrollamos gran parte de los tres elementos centrales que para Klastrup y Tosca (2004) formaban la mundanidad.
2. Identificación y análisis de las extensiones de la macrohistoria que conforman la narrativa transmedia: analizar los mismos aspectos que en el apartado anterior, pero pormenorizando cada extensión. Además, en señalar la intertextualidad, es decir, la relación existente entre la macrohistoria y la expansión. En esta fase filtraremos de entre todas las expansiones, aquellas que expandan el mundo narrativo (ver tabla 2).
3. Elaboración de un mapa del universo transmedia: estructurar expansiones, elaborando un mapa que permita conocer el mundo en cuestión de forma visual. Debido a la dificultad de elaborar una leyenda en escala de grises que comprenda todas las extensiones, se ha optado por obviar esta etapa.
4. Elaboración de una línea cronológica de la evolución del mundo transmedia: trazar una línea cronológica que muestre cómo se van generando las distintas extensiones. Esta última etapa es poco relevante en nuestra investigación, por la que hemos optado por no realizarla (García y Herrero, 2015, p. 274-281).

Vertebrando la investigación en el modelo citado, hemos llevado a cabo un análisis cualitativo de contenido que nos ha permitido estructurar los relatos e “identificar [las] actitudes, creencias, deseos, valores, etc.” (Fernández, 2006) que presenta el mundo transmedia de Paquita Salas.

5.3. RESULTADOS

5.3.1. Identificación y análisis de la macrohistoria

“Los Javis”, pareja profesional y sentimental formada por Javier Calvo y Javier Ambrossi, se han convertido en actores fundamentales del panorama audiovisual, tanto en España como fuera de ella. Uno de sus primeros proyectos, y tal vez el que hizo que su trayectoria despegase fue Paquita Salas (López et al., 2016-2019). Hoy en día resulta difícil encontrar a alguien, sobre todo si es *millennial* o está vinculado al sector de la comunicación, que no conozca a la representante de los actores 360. Sin embargo, “la primera temporada de Paquita Salas se elaboró sin pensar en más temporadas; a modo de experimento de un grupo de amigos sin dinero que consiguieron que una plataforma les hiciera caso (Flooxer)” (Doñate-Ventura, 2020). Como apunta la autora,

esta serie es uno de esos tantos proyectos que nacen sin pretensión de convertirse en transmedia, sino que es su éxito el que marca su devenir (Belsunces, 2011, p. 30). De hecho, aunque la serie en sí se estrenó en 2016, meses antes conocimos a Paquita a través de un vídeo publicado por Javier Calvo (2015) en su cuenta de Instagram. Claramente se ve que el personaje es resultado de una broma de un grupo de amigos.

La primera temporada de Paquita Salas terminó de emitirse en Flooxer, plataforma de contenido nicho de Atresmedia, el 25 de octubre de ese mismo año. Un año después, visto el éxito cosechado, Netflix adquiere los derechos y anuncia una segunda temporada (Redacción, 2017). La segunda temporada se estrenó el 29 de junio de 2018 y la tercera, el 28 de junio de 2019, ambas fechas cercanas a la celebración del Día Internacional del Orgullo LGBTQ+, algo que no es casualidad. De hecho, en palabras de uno de sus directores, “Paquita Salas es un producto que, desde su estructura más profunda, exige al espectador adoptar y comprender una mirada gay para entender el discurso que ofrece” (Calvo, 2018, p. 58).

La audiencia de la serie tiene un público muy definido. Por un lado, su público mayoritario lo componen personas de entre 15 y 30 años. Por otro, personas cuya profesión o sectores pueda estar vinculado al mundo de Paquita Salas (Doñate-Ventura, 2020, p. 250).

Entrando en los aspectos narrativos, Paquitas Salas se apoya en el falso documental o *mockumentary* para su desarrollo (Raya y Rubio-Hernández, 2020). Como afirman las autoras, Paquita Salas se construye sobre la meta ficción, aprovechando de forma paródica los límites con la realidad. De hecho, en algunos casos los actores y actrices se representan a sí mismos. Este género que se nutre de la intertextualidad y parodia resulta muy estimulante y atractivo para la audiencia (García-Martínez, 2004).

La historia se desarrolla principalmente en la Madrid actual. Aunque en ocasiones la acción se traslada a Valladolid (capítulo 1 de la temporada 1), Navarrete (capítulo 3 de la temporada 1 y capítulos 5 y 6 de la temporada 3) o Tarazona (capítulo 9 de la temporada 2). E, incluso, para conocer los inicios de Paquita, el capítulo 5 de la temporada 2 viaja al Madrid de 1994.

En cuanto al reparto, resulta muy difícil enumerar a todos los actores o actrices que aparecen a lo largo de las tres temporadas porque si algo caracteriza esta serie son los cameos y la inacabable creatividad. El reparto más representativo de la ficción está formado por:

- a) Paquita salas (Brays Efe). Es la protagonista de la historia, sobre la que se articulan casi la totalidad de las tramas. Paquita es una mujer de 56 años (la edad la conocemos gracias al libro publicado recientemente) que en los 90 lideró la representación de actores y actrices. Sin embargo, con la llegada de las nuevas tecnologías, parece no haber seguido el ritmo al sector. De carácter fuerte y temperamental, se va sobreponiendo a todos los reveses que le surgen en su camino.
- b) Magüi Moreno (Belén Cuesta). Graduada en Publicidad, trabaja como asistente de Paquita. Sus conocimientos tecnológicos no son destacables. Pone mucha voluntad en su trabajo, aunque en pocas ocasiones lo hace bien.
- c) Lidia San José (Lidia San José). La “actriz de Aladina” se da vida a una versión paródica de sí misma, donde no duda en reírse de sus fracasos y anhelar sus éxitos.

- d) Noemí Argüelles (Yolada Ramos): conocemos a Noemí Argüelles como una vendedora de Divacel, un supuesto producto milagro que termina destapándose como una estafa piramidal. Capítulos después reaparece para convertirse en la Community Manager de la agencia de Paquita, pese a no tener ni idea de redes sociales. Es uno de los personajes más aclamados y parodiados por la audiencia.
- e) Mariona Terés (Mariona Terés). Paquita, en su caza de talento, descubre a Mariona, una actriz amateur cansada de no tener oportunidades en el sector por su físico. La lanza al estrellato, consiguiendo que protagonice una película y más tarde una saga. Sin embargo, Mariona le da la espalda y le deja una deuda.
- f) Belén de Lucas (Anna Castillo). Una joven camarera que sueña con ser actriz, aunque descubre finalmente que lo suyo es la dirección. En la última temporada, es la encargada de dirigir “Hasta Navarrete”, una película que cuenta la historia de cómo Clara (personaje basado en la historia real de Anna Allen) debe dejar los escenarios y cómo Paquita le ayuda a esconderse.
- g) Belinda Washington (Belinda Washington). La actriz se representa a sí misma. El personaje en un primer momento no tiene gran peso, hasta que se filtra un vídeo sexual suyo (claro guiño a la exconcejala española que vivió una polémica similar) y, tras huir en un principio, lanza una canción sobre el tema titulada: 5 Deditos.
- h) Bárbara Valiente (Terelu Campos). Es la directora del show-room “B-Fashion”, empresa a la que acude Magüi cuando Paquita se ve obligada a cerrar su empresa. El personaje está inspirado en la interpretación de Meryl Streep en *El diablo se viste de Prada*.

A este elenco podríamos sumar una larga lista de personajes episódicos o que hacen algún cameo: Ana Obregón, Ursula Corberó Secun de la Rosa, María Rosa Cobo, Lydia Bosch, Jedet, Ana Allen, Pelayo Díaz, Agatha Ruiz de la Prada, Mario Vaquerizo, Manu Guix, Famous, Dulceida, Macarena García, Cayetana Guillén, Josh Hutcherson, Emilio Aragón, Ana Pastor, Juan Echanove... Viendo esta lista de nombres, podemos intuir una de las claves del éxito de esta ficción: saber conectar con la audiencia, a través de referentes conocidos por todos.

5.3.1. Identificación y análisis de las extensiones de la macrohistoria que conforman la narrativa transmedia.

Una vez identificada y analizada la macrohistoria, es el momento de analizar las extensiones. Como comentamos en el apartado de la metodología, limitamos el estudio a las extensiones oficiales, siendo conscientes que podrían surgir futuras líneas de investigación que analizaran el contenido generado por los usuarios. Además, de todas las extensiones surgidas en torno a Paquita Salas, sólo analizaremos aquellas que de un modo u otro expandan narrativamente el mundo de Paquita Salas (según la tabla 2). Quedarían fuera de nuestro análisis, por ejemplo, el casting nacional organizado por Los Javis para encontrar al actor y a la actriz 360 para participar en la tercera temporada de la serie (Terán, 2018). Tras la criba, las extensiones identificadas son:

1. “Paquita Salas. Superviviente. Mis memorias escritas con la colaboración de Javier Ambrossi y Javier Calvo” (Ambrossi y Calvo, 2020). Pese a ser la última extensión, el libro de las memorias de Paquita Salas es tal vez la pieza que el fandom necesitaba para comprender a Paquita. Este libro profundiza en la infancia de Paquita en Navarrete, su adolescencia y juventud en Barcelona, y sus primeros pasos por Madrid. Además, cuenta con distintas secciones donde conocer los referentes y gustos personales de Paquita, así como las recetas de sus comidas preferidas.
2. La cuenta de Twitter de Paquita Salas (Paquita Salas, s.f.). El perfil de Paquita Salas en Twitter comienza con el inicio de la serie en Flooxer. Sin embargo, en un primer momento, esta cuenta se utilizaba de forma proporcional para dar difusión a las distintas noticias sobre la serie. Cuando Netflix adquiere el formato, esta cuenta “pasa a ser gestionada por la propia Paquita”. En esa segunda etapa, se producen momentos muy sonados como cuando retuiteó una noticia sobre el caso de Cristina Cifuentes y su Trabajo Fin de Máster con el siguiente copy: “El spam, Cristina. MIRA EL SPAM” (Paquita Salas, 2018).
3. Entrega Premios Goya 2018 (RTVE, 2018). Durante la Gala de los Premios Goya 2018, Brays Efe, encamando el papel de Paquita Salas, fue la persona encargada de entregar el Goya a Actriz Revelación. Durante su discurso, hizo en ocasiones alusión a momentos vividos en la serie. Además, las temporadas posteriores y el libro también hacen un guiño a esta entrega de premio.
4. Videoblog de viajes de Paquita Salas. Para anunciar la llegada de la serie a Netflix, desde la plataforma lanzaron una serie de vídeos a modo de videoblog narrando la llegada de Paquita a la serie de Netflix en Los Ángeles (Netflix España 2007a). Dos meses después del estreno de la segunda temporada, Netflix retoma el formato videoblog para seguir promocionando la serie, y en esta ocasión nos muestra el viaje de Paquita Salas a México, junto a Lidia San José (Netflix España 2018a).
5. Eurovisión. Aprovechando la estrecha relación que tenían Alfred y Amaia con Los Javis, Netflix lanzó un vídeo en el que Paquita Salas se convertía en la representante de los exconcursantes de Operación Triunfo en Eurovisión (Netflix España, 2018b). El vídeo en cuestión mostraba el camerino de los cantantes y a Paquita en su descontrol más absoluto.
6. Los cursos de Paquita Salas. A modo de youtuber profesional, Paquita Salas se aventura a lanzar una serie de videotutoriales para ayudar a los espectadores a convertirse en actrices y actores 360 (Netflix España, 2018c).
7. Reina de la vida (Netflix España 2019a). En esta ocasión la protagonista de la extensión es Noemí Argüelles disfrazada de Rey Mago durante un acto de carterero real en lo que parece ser un centro comercial.
8. La boda de Belén Esteban (Netflix España, 2019b). Coincidiendo con la boda de la colaboradora televisiva, Netflix lanzó una serie de vídeos donde podíamos conocer que Paquita estaba invitada al evento e incluso ver cómo se preparaba y cómo regresaba del mismo.

9. Videoclip “5 Deditos”. En esta ocasión, tras el video filtrado de Belinda Washington, en la serie conocemos que esta ha grabado una canción y que se ha viralizado. Aunque en la serie no podemos acceder a la canción íntegra, en el canal de Youtube de Netflix sí podemos encontrarla (Netflix España. 2019c).
10. EL CASO SALAS: reportaje de investigación fake. Parodiando el formato de los reportajes del programa Equipo de Investigación, en esta ocasión vemos como Paquita Salas y Noemí Argüelles se ven implicada en una supuesta trama de extorsión para lograr ganar los Premios Feroz con la película “Hasta Navarrete”.

Las siguientes tablas refleja qué tipo de contenido o contenidos aporta cada extensión y cuál es su relación con la macrohistoria:

¿Qué contenido o contenidos aporta?						
Nº. Expansión	Nuevas localizaciones	Nueva información de personajes	Nuevos personajes	Ampliación de tramas	Nuevas tramas	Línea temporal
1	x	x		x	x	x
2		x		x	x	
3	x	x	x		x	
4	x		x		x	
5	x		x	x	x	
6				x		
7	x			x		
8		x			x	
9				x		
10	x	x	x		x	

Tabla 3: ¿Qué contenido aporta cada expansión?
Fuente: elaboración propia.

Nº. Expansión	Relación / Relaciones con la Macrohistoria					
	Historia Preliminar (HP)	Historia Paralela (HPA)	Historia Intersticial (HI)	Historia Periférica (HPR)	Profundización de personajes	Completa la historia (CH)
1	x					x
2				x	x	
3				x	x	
4				x		
5				x	x	
6				x	x	
7					x	
8				x		
9						x
10			x	x		

Tabla 4: Relación entre las extensiones y la macrohistoria.
Fuente: elaboración propia.

5.4. CONCLUSIONES

Esta primera aproximación al objeto de estudio, el mundo transmedia de Paquita Salas, ha dejado evidencia de que nos encontramos ante un mundo complejo. Desconocemos si en un futuro los productores oficiales seguirán extendiendo el mundo. Lo que sí parece seguro es que, por sus riquezas referenciales y contextuales, Paquita Salas se postura como un proyecto al que investigar con mayor profundidad.

No es menos cierto que hasta ahora, las extensiones repetían de forma abusiva las plataformas y medios en las que se encontraban. Sería necesario saber si existen extensiones no oficiales, es decir, generadas por el fandom, que utilicen otros medios y analizar cuáles son.

Por último, en esta investigación sólo se han analizado aquellos contenidos que, narrativamente, extendieran el mundo de Paquita Salas. Se abre otro horizonte a investigar aquellas otras extensiones que pudieran estar relacionadas con otros aspectos de la transmedialidad, como el marketing transmedia o el periodismo transmedia.

5.5. BIBLIOGRAFÍA

Ambrossi, J., y Calvo, J. (2020). *Paquita Salas. Superviviente. Mis memorias escritas con la colaboración de Javier Ambrossi y Javier Calvo*. Barcelona: Penguin Random House Grupo Editorial.

- Belsunces, A. (2011). Producción, consumo y prácticas culturales en torno a los nuevos media en la cultura de la convergencia: el caso de Fringe como narración transmedia y lúdica [Trabajo Fin de Máster]. Recuperado de <https://bit.ly/3sy9TXj>
- Calvo, J. (2018). Paquita Salas y la estética homosexual: expresión, discursiva y expresión disruptiva. En Donstrup, M. (coord.). Cultura de masas (serializada): análisis simbólico de la ficción (p. 57-74). Egrigius Ediciones.
- Calvo, J. [@javviercalvo] (2015, 30 de octubre). Ella es PAQUITA SALAS y es LA REPRESENTANTE. Capítulo 1. Con @braysefe, @nanita, @javviercalvo. Cámara @soyambrossi. #PaquitaSalas. [vídeo]. Instagram. Recuperado de <https://bit.ly/3uHEUtJ>
- Costa, C. y Piñero, T. (2012). Nuevas narrativas audiovisuales: multiplataforma, Crossmedia y transmedia. El caso de Águila Roja (RTVE). *Icono 14*, vol. 10, Nº 2, p. 102-125. Recuperado de <https://bit.ly/37vRxOF>
- Doñate y Ventura, J. (2020). Paquita Salas en Netflix. Un análisis de la cultura pop española. En: *Comunicación y diversidad. Selección de comunicaciones del VII Congreso Internacional de la Asociación Española de Investigación de la Comunicación (AE-IC)*. Valencia, España, 28-30 de octubre, p. 247-254. Recuperado de <https://bit.ly/37Uyaz6>
- Establés, M. J. (2016). Entre fans anda el juego: audiencias creativas, series de televisión y narrativas transmedia. *Opción*, Año 32, Nº Especial 1, p. 476-497. Recuperado de <https://bit.ly/3sd2UmH>
- Fernández, F. (2006). El análisis de contenido como ayuda para la investigación. *Ciencias Sociales*, vol. 2, Nº. 96, p. 35-54. Recuperado de <https://bit.ly/3uDMsnD>
- García-Martínez, A. (2004). En las fronteras de la no-ficción. El falso documental (definición y mecanismos). En *Ecología de la televisión: tecnologías, contenidos y desafíos empresariales*. Actas del XVII Congreso Internacional de la Comunicación. Pamplona: Eunat, p. 136-143. Recuperado de <https://bit.ly/3pZMhce>
- García, J. y Herrero, O. (2015). Propuesta de un modelo genérico de análisis de las estructuras de las narrativas transmedia. *ICONO 14*, vol. 13, Nº.2, p. 260-285. Recuperado de <https://bit.ly/3uENyJC>
- Jenkins, H. (2003). Transmedia storytelling: Moving characters from books to films to video games a make them stronger and more compelling. *Technology Review*. Recuperado de <https://bit.ly/3u7N8eB>
- Jiménez, v. (2012). El estudio de caso y su implementación en la investigación. *Revista Internacional de Investigaciones en Ciencias Sociales*, vol. 8, Nº. 1, p. 141-150. Recuperado de <https://bit.ly/3qYdGNg>
- Klastrup, L. y Tosca, S. (2004). *Transmedial worlds-rethinking cyberworld design*. Ponencia presentada en Cyberworlds, 2004 International Conference on, IEEE, Los Alamitos, CA. Recuperado de <https://bit.ly/3pD7ZD8>
- López, R. (Productor), Ambrossi, J., y Calvo, J. (Directores). *Paquita Salas* [Serie]. España: DMNTIA, Apache Films y Suma Latina.
- Mayor, F. (2014). Transmedia Storytelling desde la ficción televisiva serial española: El caso de Antena 3. *CIC Cuadernos de Información y Comunicación*, vol. 19, p. 69-85. Recuperado de <https://bit.ly/3bgGtWM>

- Miranda, J. (2017). *Configuración de proyectos transmedia para la ficción televisiva en España: el caso de “El Ministerio del Tiempo”* [Tesis Doctoral]. Recuperado de <https://bit.ly/3kf1dIW>
- Netflix España (2017a). *Videoblog de Paquita Salas viajando a Los Ángeles* [lista de vídeos]. Youtube. Recuperado de <https://bit.ly/2ZVIUKi>
- Netflix España (2018a). *Videoblog de Paquita Salas viajando a México* [lista de vídeos]. Youtube. Recuperado de <https://bit.ly/37W4ce2>
- Netflix España (2018b, 12 de mayo de 2018). *Paquita Salas representa a Amaia y Alfred* [vídeo]. Youtube. Recuperado de <https://bit.ly/2NQLo93>
- Netflix España (2018c). *Los cursos de Paquita Salas* [lista de vídeos]. Youtube. Recuperado de <https://bit.ly/3r2VceL>
- Netflix España (2019a, 4 de enero de 2019) *Reina de la vida* [vídeo]. Youtube. Recuperado de <https://bit.ly/3kwM7bn>
- Netflix España (2019b). *Paquita Salas y la boda de Belén Esteban* [lista de vídeos]. Youtube. Recuperado de <https://bit.ly/3dUZ0eg>
- Netflix España (2019c, 1 de julio) *Belinda Washington: 5 dedos* [vídeo]. Youtube. Recuperado de <https://bit.ly/3q2ZG3A>
- Netflix España (2019d, 19 de noviembre) *EL CASO SALAS: extorsión y soborno en los PREMIOS FERROZ* [vídeo]. Youtube. Recuperado de <https://bit.ly/2NMIC5Y>
- Paquita Salas [@PaquitaSalas] (s.f.) *Home* [perfil de Twitter]. Twitter. Recuperado de <https://bit.ly/3sAb6h0>
- Paquita Salas [@PaquitaSalas] (2018, 4 de abril). *El spam, Cristina. MIRA EL SPAM. [retuit]*. Twitter. Recuperado de <https://bit.ly/3kvAC45>
- Raya, I. y Rubio-Hernández, M. (2020). An analysis of Netflix España Campaigns: Paquita Salas Case Study. En Hernández-Santaolalla, V. y Barrientos-Bueno, M. (eds). *Transmedia storytelling, Audience engagement and business strategies*. Hershey PA: IGI Global.
- Redacción (2017, 4 de octubre). La serie española “Paquita Salas” ficha por Netflix. *El País*. Recuperado de <https://bit.ly/2PntZFH>
- Rodríguez, R. (2012). Sangre fresca publicitaria: True Blood y las transfusiones de la ficción. *Anàlisi Monogràfic*, p. 65-80. Recuperado de <https://bit.ly/2NiRqPu>
- RTVE (2018, 3 de febrero). *Paquita Salas entrega el Goya a Actriz Revelación. #Goya2018* [vídeo]. Youtube. Recuperado de <https://bit.ly/3b1CqhY>
- Scolari, C. A. (2014). Narrativas transmedia: nuevas formas de comunicar en la era digital. En Celaya, J. (Dir). *Anuario AC/E de la cultura digital. Focus 2014: uso de las nuevas tecnologías en las artes escénicas*. Madrid. Acción Cultural Española. Recuperado de <https://bit.ly/2NkmheE>
- Scolari, C. A., Establés, M. J. (2017). El ministerio transmedia: expansiones narrativas y culturas participativas. *Palabra Clave* 20(4), p. 1008-1041. Recuperado de <https://bit.ly/2ZxGks0>
- Terán, B. (2018, 17 de junio). Así es la caravana de Paquita Salas: mucho más que un casting para el impulso de Netflix en España. *La información*. Recuperado de <https://bit.ly/3dTrB3u>