Universidad de
SanAndrés

Universidad de San Andrés

Departamento de Ciencias Sociales

Licenciatura en Comunicación

De edenes y asgardianos

Las referencias a textos clásicos y la generación de expectativas en los universos expandidos de Marvel y LOONA

Autor: Pedro Fernando Krause

Legajo: 30127

Director: Mariano Dagatti

Victoria, Buenos Aires

Julio 2022

RESUMEN

Este trabajo estudia la forma en que los universos transmediáticos de Marvel (el Marvel Cinematic Universe) y LOONA (el LOONAverse) hacen uso de referencias a textos clásicos –como mitos, leyendas, textos religiosos sagrados y cuentos de hadas, entre otros– para contar sus historias. Se pregunta, además, por las expectativas que este recurso genera en sus consumidores, y por la reacción de estos ante una eventual subversión del relato. La tesis parte de una base teórica centrada en las narrativas transmedia, la intertextualidad, y los horizontes de expectativas, y emplea una metodología que combina encuestas cualitativas y *focus groups*. Los hallazgos destacan a dos grupos de consumidores –con hábitos de consumo marcadamente distintos– que reconocen las referencias clásicas como un recurso utilizado para construir el universo narrativo de Marvel y LOONA. Aunque le otorgan a aquel recurso varias funciones, no lo identifican como generador de expectativas. La subversión de las posibles expectativas generadas, sin embargo, no es criticada, sino celebrada por su carácter innovador y sorprendente.

Universidad de SanAndrés

RESUMEN **1**

INTRODUCCIÓN **4**

Introducción 5

Las narrativas transmediáticas. El caso de Marvel 6

El rol de los consumidores. Entre el canon y el fanon 8

LOONA y la transmedialidad 11

Lo clásico en Marvel y LOONA 14

Intertextualidad, referencias, y horizontes de expectativas 18

Dialogar con lo clásico. Acerca de algunas referencias en el MCU y el LOONAverse 23

La investigación 24

El porqué de los casos de estudio 25

DESARROLLO DE LA INVESTIGACIÓN **27**

Preguntas de investigación 28

Hipótesis 28

Metodología 29

Encuestas 30

Focus groups 33

Hallazgos 39

Encuestas 39

Focus groups 49

Universo expandido, tipos de narraciones, y fuentes de consumo 49

El uso de referencias 56

Referencias y expectativas 63

CONCLUSIÓN **70**

Conclusión 71

QUAERERE VERUM
Universidad de SanAndrés

El vínculo con los textos clásicos (RQ1) 76

La generación de expectativas (RQ2) 78

La subversión de las expectativas (RQ3) 79

Palabras finales 80

REFERENCIAS **82**

ANEXO **87**

QUAERERE VERUM
Universidad de
SanAndrés

INTRODUCCIÓN

Universidad de SanAndrés

Introducción

"I know there are so many theories out there; there will be a lot of people who will no doubt be disappointed by one theory or another" (citado por Coggan, 2021). Esta fue la advertencia dada por Matt Shakman, director de *WandaVision* (2021), previo a la emisión de su episodio final. *WandaVision* es una serie de televisión, parte del Universo Cinematográfico de Marvel (MCU, por sus siglas en inglés), que fue emitida semanalmente por el servicio de *streaming* Disney+.

WandaVision fue la primera serie de Marvel –después llegarían *Falcon and the Winter Soldier* y *Loki*, entre otras– basada en un personaje central de sus films: Wanda Maximoff, una bruja poderosa que formó parte del equipo de Los Vengadores y atravesó un duelo luego de la pérdida de su pareja, Vision. Esta emisión serializada marcó el uso de un formato inédito hasta entonces –estamos hablando de 2021– para un proyecto que se centrara en un personaje de la franquicia cuya primera aparición había sido en una película –el medio principal, hasta entonces, donde se tejía la trama compartida del MCU–. Las series anteriores, como *Daredevil* (2015) o *Agents of S.H.I.E.L.D.* (2013), se habían centrado en personajes nuevos, con una conexión limitada o periférica respecto de los eventos de las películas del MCU.

Este nuevo formato de emisión parecería haber significado, a la vez, la reformulación del vínculo con los espectadores. Previo a este cambio, ya existía una red de consumidores que teorizaba sobre qué significaba lo que veían, cuáles podían ser los *easter eggs* (pistas ocultas que se dejan para vincular dos contenidos separados), y qué era lo próximo que se esperaba ver. Sin embargo, el nuevo formato de serie presentó intervalos menores entre un contenido y otro (por lo general, una semana), lo que generó un espacio ideal para que los usuarios desarrollaran sus propias teorías en las redes sociales, cuya veracidad o pertinencia podían

verificar en menos de siete días. El clímax de las discusiones y teorías fue el final de la serie, y fue mucha la gente que se vio decepcionada porque sus expectativas no habían sido alcanzadas. El director lo vio venir y fue entonces que hizo la advertencia citada al principio.

Parte del análisis de *WandaVision* que hace Barnette (2022) se enfoca en esta reformulación del vínculo con los consumidores ya mencionado. Argumenta que el nuevo formato permitió que se dieran conversaciones más profundas y elaboradas entre episodios, "a practice that encourages predictions and detailed analysis rather than the 'hot take' summaries or 'tweet-along' binge-fests viewers expect" (p. 41). Agrega que el modelo de consumo espaciado por una semana logró que se destinara más atención a la serie, en tanto los consumidores dialogaron más entre ellos y ejercieron un rol investigativo, con mucha atención al detalle (que, muchas veces, implica un consumo repetido de los episodios).

Las narrativas transmediáticas. El caso de Marvel

El cambio del vínculo con los consumidores cobra importancia por el rol clave que ellos juegan en el MCU, un ejemplo paradigmático de lo que se conoce como "narrativa transmedia" por los lazos que tejió entre sus lanzamientos (como *Iron Man* (2008)*, Thor* (2011)*, Capitán América* (2011)*,* y *Hulk* (2008), hasta llegar al *crossover* que fue *Los Vengadores*) desde finales de los 2000.

El término "narrativa transmedia", acuñado por Jenkins (2006, 2009, 2015) y profundizado por Scolari (2013) se refiere a la creación de "una historia" que "se desarrolla a través de múltiples plataformas mediáticas, y cada nuevo texto hace una contribución específica y valiosa a la totalidad" (Jenkins, 2008, p. 101). **Cada relato y cada formato debe aportar algo nuevo**, distinto, y enriquecedor para la ya mencionada trama macro. Idealmente,

además, **debería ser posible entrar a esta narrativa por cualquiera de los medios**, sin que uno sea esencial: "Cada entrada a la franquicia ha de ser independiente" (p. 101).

Cada nuevo texto creado por Marvel suma al relato, de esta manera, nuevas derivas, nuevas peripecias e incluso nuevos personajes, pero el universo ficcional no se limita a las estrategias de la compañía, **el rol que juegan los consumidores es decisivo**. Tanto Scolari (2013) como Jenkins (2008, 2010), entre otros, hacen énfasis en lo elemental que es para una narrativa transmedia que los usuarios –en especial los fanáticos, es decir, "el segmento más activo del público mediático, que se niega a aceptar sin más lo que le dan e insiste en su derecho a la participación plena" (Jenkins 2008, p. 137)– se apropien del contenido que consumen y creen algo nuevo con él. El flujo de circulación de los contenidos se alimenta en una doble dirección: por un lado, está el contenido que circula *top-down*, es decir, desde los productores de la industria cinematográfica hacia una gran audiencia; por el otro, está el contenido que circula *bottom-up*, es decir, creado por los consumidores y eventualmente integrado al universo en cuestión. Guerrero-Pico y Scolari (2016) proponen llamarlo "Contenido Transmediático Generado por los Usuarios (CTGU)".

QUAERERE VERUM
Universidad de
SanAndrés

Un producto o relato es considerado transmediático cuando está a disposición de los usuarios desde distintos puntos de acceso en diferentes medios independientes y cuando estos cumplen un rol activo como consumidores creativos, al aportar contenidos que se suman al de los creadores originales. El MCU cumple con estos requisitos, como fue extensamente estudiado por Flanagan, Livingstone, & McKenny (2016). Los proyectos principales de esta franquicia –*Iron Man, Thor, Capitán América, Los Vengadores* (2012)*, Guardianes de la Galaxia* (2014), etc.– se plasmaron históricamente en grandes estrenos en las salas de cine. Como fue dicho antes, aunque existían algunas series, como *Agents of S.H.I.E.L.D.*, *Daredevil* o *Jessica*

Jones (2015), no fue hasta el lanzamiento de Disney+ que Marvel apostó por este formato seriado para algunos de sus personajes centrales. Aunque muchos de ellos continuaron protagonizando filmes, figuras como Scarlet Witch, Vision, Falcon, Winter Soldier, y Loki se convirtieron al mismo tiempo en el centro de sus propios *shows* televisivos[1].

La primacía del contenido en formato de film había sido, de hecho, objeto de crítica por estudiosos de la transmedialidad en Marvel. En 2015, Menard escribía que una de sus mayores críticas al MCU era "the evident preferential treatment of media platforms (...) Considering that no characters who were first introduced on television have (...) made an appearance in film (though the reverse has occurred several times)" (p. 106). El autor observaba en este desbalance una distancia de la teoría de Jenkins (2003), pues ella notaba que los proyectos transmedia más fuertes eran aquellos que no privilegiaban un medio por sobre otro –aunque entiende que a veces puede hacerse una diferencia basada en el valor comercial de cada uno–. Con el desarrollo de series televisivas que impulsan su universo narrativo, MCU ha consolidado en los años recientes su condición transmediática.

QUAERERE VERUM
Universidad de SanAndrés

<u>El rol de los consumidores. Entre el *canon* y el *fanon*</u>

Como se mencionó previamente, una aspecto central de las narrativas transmedia es el papel que tienen los consumidores (y fans) como creadores que se apropian del contenido y aportan algo nuevo a su desarrollo. La cultura fan, el conocimiento colectivo generado, las expectativas y las disidencias entre productores y los consumidores que hacen más que solo consumir (generan nuevo contenido) han sido abordadas por múltiples teóricos. Jenkins (2008) investigó sobre los fanáticos que querían saber el final de *Survivor* antes de tiempo y

[1] Cabe aclarar que el inicio de esta nueva fase televisiva no excluye a aquellos personajes de los proyectos cinematográficos. Scarlet Witch formó parte de *Doctor Strange in the Multiverse of Madness* y tendrá una película propia, al igual que Falcon. El nuevo formato tan solo implica un nuevo punto de acceso al MCU y sus personajes.

se lo *spoileaban* (contaban) al resto. López Delacruz (2020) abordó la cuestión desde el concepto de "inteligencia colectiva" de Ruíz Martín & Alcalá Mellado (2016). Este se define como un espacio participativo en el que las personas colaboran para crear y transformar un conjunto de conocimiento grupal, que acaba siendo enriquecedor porque provee feedback a los creadores originales acerca de la forma en la que los consumidores entienden el contenido y se apropian de él. Wolf (2014, 2016) configuró la cuestión de la creación por parte de personas ajenas al autor original como "círculos de autoría", en tanto cada nuevo círculo concéntrico implica un alejamiento mayor de la construcción original, y una contribución autorial menor y con menos relevancia canónica (y, muchas veces, no autorizada). Goodman (2015), por su parte, planteó a los fans como quienes atan los cabos sueltos entre un texto y el otro, y actúan como guardianes que protegen la integridad del universo contra inconsistencias y contra autores que traicionan su propio trabajo (por falta de atención o por producir contenido enfocado en vender y no a expandir el universo según las reglas establecidas).

Estas prácticas suelen estar plasmadas en el mencionado contenido *bottom-up*, es decir, las producciones no-oficiales que, en muchos casos, establecen conjeturas del universo diferentes de las oficiales, el contenido *top-down*. En muchos casos, esta oposición se plantea en los términos "*canon*" y "*fanon*":

> *"'Canon' refers to the original text(s) and their contribution to the fictional universe (...) 'Fanon' describes 'the events created by the fan community in a particular fandom and repeated pervasively throughout the fantext [body of fan creations]. Fanon often creates particular details or character readings even though canon does not fully support it—or, at times, outright contradicts it'"* (Goodman, 2015, p.6)

Los fanáticos, colectivamente, forman sus propias teorías, narrativas, y lecturas que no coinciden con lo expuesto en el *canon*. Por lo general, dicho *canon* es la base normativa que rige el universo: aun cuando se ponga en duda su consistencia, tiene la mayor autoridad sobre las normas del universo, y es lo que se toma como la versión oficial (Goodman, 2015, p. 6).

Este es el caso del MCU: existe una historia general que funciona como trasfondo para las historias más pequeñas y, en conjunto, todas establecen una serie de supuestos sobre la forma en la que funciona la realidad de Marvel. Así, por ejemplo, se comenzó a construir la llamada *Infinity Saga* –donde Thanos, el villano principal de la saga de películas que se extendió desde *Iron Man* hasta *Endgame* (2019), buscaba coleccionar las gemas del infinito– a partir de la aparición de gemas creadas cuando se creó el universo: el *canon* estableció que, juntas, otorgan a su portador un poder inmenso. Fue a partir del establecimiento de esta base que Marvel construyó una serie de películas, y fue también sobre esta base que los fanáticos desarrollaron un conjunto de teorías sobre dónde estaba cada una de ellas. Ahora bien, el poder narrativo del *canon* dentro del MCU hace que cuando una nueva película dentro de la saga revela la ubicación de una gema, este relato "oficial" pase a formar parte del *canon*, y se vuelve indiscutible, aun cuando este no coincida con las suposiciones de los fanáticos o estos no lo crean apropiado (el *fanon*).

A pesar del "reinado" del canon, existen iniciativas provenientes del *fanon* que muchas veces cobran importancia, aunque desafíen explícitamente al *canon* establecido. Moon (2008) estudia el caso de la llamada "alfabetización transmediática" en fanáticos que critican el machismo y la heteronormatividad en el MCU. Plantea casos como el de Black Widow, una superheroína cuyas apariciones iniciales fueron altamente sexualizadas y secundarias frente a personajes masculinos que protagonizaron películas antes que ella, y el de Capitán América,

un personaje considerado *queer* por muchos por su relación con Bucky (Winter Soldier), pero cuyas historias amorosas siempre fueron heterosexuales. Moon analiza cómo los fanáticos insatisfechos generaron "digital counter-narratives that emphasize diversity and inclusion" (p. v) que obtuvieron atención mediática y le quitaron aquel poder indiscutible a los creadores originales.

Marazi (2020) plantea este creciente poder de los fanáticos en tanto se vuelven influyentes para intentar conseguir que más personajes de los cómics aparezcan en el MCU. Marazi (2020) y Moon (2008) ven un cierto nivel de éxito en esta puja "desde abajo", como en la aparición de Spider-Man o la película solista de Black Widow (2021), pero Marazi (2020) sostiene que, en general, la estrategia de Marvel es tan solo "[to] respectfully leave room to draw one's own meanings" (p. 95), más que aceptar el *fanon* e integrarlo al *canon*. Al final del día, este último es el que reina con la previamente mencionada autoridad.

El caso del MCU de Marvel no debería llevarnos a pensar que esta primacía del canon es, en última instancia, común a todas las narrativas transmedias. A veces, la comprensión del universo viene dada, en mayor parte, por las teorías de los fanáticos y el *fanon* acaba por ser lo más parecido al *canon* que esa narrativa tiene.

Universidad de San Andrés QUAERERE VERUM

LOONA y la transmedialidad

Este último parecería ser el caso de LOONA, un grupo de pop coreano (*K-Pop*) compuesto por 12 chicas –una por cada mes del año–, razón detrás de su nombre en coreano, 이달의 소녀 (chica del mes). Este *girlgroup*, a diferencia de muchos otros, desarrolló una estrategia de narrativa transmediática que se extiende a través de diferentes líneas: los símbolos asignados a cada miembro –como un color, animal, fruta, país, y/o poder–, videos musicales,

las letras de sus canciones, contenido extra que vincula las vidas ficcionales de todas, y sesiones de fotos, entre otros. Cada miembro fue presentada al público mes a mes, a través de un video musical propio: Heejin, Hyunjin, Haseul, Yeojin, Vivi, Kim Lip, Jinsoul, Choerry, Yves, Chuu, Gowon, y Olivia Hye, en ese orden.

Cada cierto número de chicas se formaba un subgrupo con un concepto, estilo, canciones, y videos propios. Así, Heejin, Hyunjin, Haseul y Vivi formaron LOONA 1/3, Kim Lip, Jinsoul y Choerry formaron LOONA ODD EYE CIRCLE, e Yves, Chuu, Gowon, y Olivia Hye formaron LOONA yyxy. Yeojin no participó en ninguno de los subgrupos por su edad: tenía 14 años cuando LOONA[1/3] se formó, y sus padres querían que se focalizara en sus estudios primero. Esta etapa, llamada "*Predebut*" por los fans (puesto que es lo que precede al debut del grupo completo, con las 12 chicas), culminó en *Hi High* (2018), video donde finalmente se reúnen todas por primera vez.

El universo narrativo de LOONA, el LOONAverse, cuenta con historias y referencias de todo tipo: paralelismos bíblicos, teoría del multiverso, la cinta de Möebius, teoría del color, villanos, asesinatos, tentaciones, héroes, amor, odio, traición, y mitología griega, entre otros tantos tópicos abordados. Por ejemplo, el nombre de Yves está pensado como una referencia directa a Eva, el personaje bíblico (Yves es homófono de Eve, Eva en inglés). Aún más, en el LOONAverse, las chicas de LOONA yyxy vive en Edén, y deben escapar por la vía de un fruto prohibido.

El LOONAverse, sin embargo, no parece tener sus límites y definiciones tan claros como otras narrativas transmediáticas, como es el caso del MCU. Dada la naturaleza musical y de entretenimiento de su contenido, los videos son cortos, sin diálogo, con foco en la estética; las letras también se preocupan por reglas de rima y ritmo, y deben ser atractivas para el público.

QUAERERE VERUM
Universidad de San Andrés

Las principales fuentes de ingresos de su compañía discográfica, BlockBerry Creative (o BBC) son su discografía y las giras, por lo que el foco está puesto en crear contenido que sea comercializable y disfrutable.

El desarrollo *top-down* de su historia se limita a las breves descripciones de los videos en YouTube y a *easter eggs* que conectan todas las partes del universo. Existen, por ejemplo, apariciones de algunas chicas en videos de otra (como Haseul y Yeojin en *Love Cherry Motion* (2017), video de Choerry; o Heejin en *Egoist* (2018), video de Olivia Hye), y repeticiones de vestuarios que indican conexiones con el video original, como cuando Kim Lip y Jinsoul usan sus *looks* de colegialas en el video de *PTT* (2021), *looks* que no usaban desde el video de *Sweet Crazy Love* en 2017.

Galvan Maccari (2018) estudió las estrategias de *storytelling* y transmedialidad en LOONA y describió los simbolismos detrás de cada personaje, escenario y trama, además de la autorreferencialidad a través de los *easter eggs*. En concordancia con nuestras observaciones, afirma que si bien la representación de cada "personaje" dentro del LOONAverse está bien delimitada, la trama, en cambio, funciona a la manera de varios fragmentos que pueden ensamblarse según la interpretación del interlocutor. No se trata de una narración en serie y convencional, sino de un viaje simbólico y complejo.

Así, partes centrales del LOONAverse deben ser reconstruidas por los fanáticos, que buscan pistas y atan los cabos por su cuenta. De esta forma, se crearon complejas redes explicativas que requirieron una profunda lectura de textos clásicos (las referencias mencionadas al principio de la sección), un proceso similar al que atravesaron los fanáticos de *Lost*, quienes tuvieron que encontrar respuestas a sus preguntas narrativas en textos filosóficos y de física cuántica (Stafford, 2018). Con el paso del tiempo, el *fanon* se habría vuelto la base

interpretativa para poder comprender los nuevos textos que se insertan en el LOONAverse; la mayor parte de la información se da, en los hechos, de forma *bottom-up*: las reglas del juego se establecen, en gran medida, por el contenido creado por fanáticos.

Ahora bien, esta reconstrucción aparentemente acertada parece requerir, como ya se adelantó, del reconocimiento de las referencias constantes a relatos clásicos como pueden ser la Biblia o la mitología griega. Galvan Maccari (2018) observa que los videos de LOONA utilizan símbolos que tienden a leerse como "universales", desde referencias a cuentos de hadas hasta películas de los años ‘90. El autor opina que esta remisión frecuente a textos externos genera una sensación de familiaridad en los fans, que, combinada con los *easter eggs* que referencian a otras partes del LOONAverse, los inspira a trazar todas las conexiones posibles.

El universo de LOONA está plagado de remisiones al Jardín del Edén, mitos coreanos y japoneses –como los *yokais*, criaturas sobrenaturales japonesas–, el dios católico, ritos de ceremonia chinos –como los tambores para presagiar cambios–, y la mitología grecorromana –visto en la representación de Yves como Afrodita, o de Heejin como ícaro–, entre tantas otras. Lazore (2021), en su análisis del universo de BTS (otro grupo de *K-Pop*), destaca cuán importante resulta en estos casos la relación directa con historias y referencias populares para establecer familiaridad en la audiencia.

Universidad de San Andrés

Lo clásico en Marvel y LOONA

Las referencias a textos clásicos o arquetípicos no es exclusiva de LOONA: el MCU se nutre de ese tipo de referencias también. Eco (1984) escribió sobre el uso de los superhéroes para reencarnar los mitos clásicos y actualizarlos para cuajar con un nuevo universo ficcional. Plantea a figuras como la de Superman como una nueva estructuración de los personajes

mitológicos, en la que lo extraordinario y lo ordinario coexisten, en tanto estos cuentan –sean de origen humano o divino– con habilidades extraordinarias y luchan por causas superiores, pero a la vez hacen las veces de espejos de los sentimientos y las características de los humanos que leen sobre ellos. Como los dioses griegos, por ejemplo, los superhéroes también son tercos, malhumorados, generosos; están dotados de cualidades humanas que no solo los acercan al consumidor, sino que también permiten entender por qué actúan de cierta forma.

Si bien Marvel y LOONA colocan el peso de sus relatos en diferentes flujos de producción de contenido (*top-down* en el caso del primero; *bottom-up* en el caso del segundo) y parecen construir, por lo tanto, vínculos distintos entre la franquicia y los usuarios, en el caso de las referencias a textos clásicos, las estrategias son similares. LOONA también trata con personas superpoderosas, como las chicas de LOONA ODD EYE CIRCLE, que cuentan con poderes de teletransportación, salto entre mundos y viaje en el tiempo. Ellas, al igual que los superhéroes que describe Eco, tienen personalidades a veces erráticas, que las llevan a usar sus poderes de distintas formas (para bien o mal), con consecuencias sobre todo el universo –al igual que sucedía con los dioses griegos–.

Más allá de la reencarnación de los dioses, Marvel también cuenta con referencias a eventos bíblicos (como la caída de Babilonia), a la literatura clásica (como las tragedias de Shakespeare) y a mitología nórdica (visto en los personajes de Thor, Loki, y los asgardianos). Esta remisión a relatos ya conocidos por la mayoría de las personas (de Occidente, al menos) podría verse explicada por la tendencia a utilizar *tropes*, recursos narrativos utilizados por los escritores o narradores que se asumen presentes en las mentes y expectativas de las personas (Goodman, 2015). Hablamos de estructuras, historias y tópicos que ya se han visto en múltiples productos mediáticos a lo largo de la historia y cuyo viaje narrativo ya es conocido

QUAERERE VERUM
Universidad de
SanAndrés

por los espectadores. Goodman explicita que no se trata de clichés, sino de referencias familiares que se pueden digerir fácilmente y generan una sensación de placer y diversión.

Este recorrido por las formas en las que Marvel y LOONA se vinculan con textos que los preceden nos obliga a detenernos en la cuestión de la intertextualidad. Clásico dentro de los estudios narrativos, este concepto fue definido por Julia Kristeva como "la existencia en un texto de discursos anteriores como precondición para el acto de significación" (citada por Marinkovich, 1998, p. 729). Ella escribía a partir de los textos de Bajtín, quien llamó "dialogismo" a "la relación de un enunciado con otros enunciados" (p. 731). Marinkovich añade que el fenómeno de la intertextualidad conlleva una consideración histórica de los textos, "transformando pasado en presente" (p. 734).

Martínez Fabre (2013) caracteriza a la intertextualidad como "caníbal", en tanto "funciona en la absorción y repetición de (múltiples) fuentes de variada procedencia" (p. 14). Plantea al texto como un conjunto de relaciones que se construyen a partir de otros. La construcción teórica de este concepto, dice Marazi (2020), condujo al principio de que cualquier texto debe ser considerado *necesariamente* en relación con otros (p. 91), aserción que se corresponde con la idea de Darley (2002) de que "la intertextualidad ha quedado institucionalizada como norma estética" (p. 220).

Respecto a las prácticas que conforman la intertextualidad, Genette (1989) escribe:

> *Su forma más explícita y literal es la práctica tradicional de la cita (...), en una forma menos explícita y menos canónica, el plagio [...]; en forma todavía menos explícita y menos literal,* la alusión *[énfasis agregado], es decir, un enunciado cuya plena comprensión supone la percepción de su relación con otro enunciado*

al que remite necesariamente tal o cual de sus inflexiones no perceptibles de otro modo. (p. 10)

Beristáin, recuperada por Bogoya (1997), adhiere a esta definición, pues plantea a la alusión como la "expresión de algo sin decirlo (...) donde el significado literal no alcanza" (p. 250). Por su parte, Fairclough (1995) identificó dos tipos de intertextualidad: manifiesta y constitutiva (o "interdiscursividad"). En la primera, la inclusión de un texto dentro de otro es explícita y notoria; en la segunda, la relación está dada por las estructuras preestablecidas de los géneros en los que el texto se inscribe. Marinkovich (1998) añade que "[l]a intertextualidad constitutiva privilegia los órdenes del discurso por sobre los tipos particulares de discurso" (p. 733).

Es a partir de estas nociones de intertextualidad, dialogismo, alusión, intertextualidad manifiesta e intertextualidad constitutiva que elaboramos el concepto de "referencia" que utilizamos en el presente texto. Definimos esta categoría operativa como la inclusión en un relato o narración analizado de textos anteriores, sea esta precedencia de larga data o de reciente actualidad, cuya percepción es necesaria para poder comprender la totalidad de ese universo narrativo. En otras palabras, se trata de remisiones a obras anteriores que, de ser conocidas por los consumidores, enriquecen la experiencia y permiten entender la mayor cantidad de detalles presentes en el contenido. "[W]hile it may not be necessary to know that a film is an adaptation to enjoy it, having read the book may offer different insights because it poses as yet (...) one more adaptive version one can draw upon" (Marazi, 2020, p. 90).

Sumamos otra característica a nuestra definición a partir de Walton (2009), quien afirma que la intertextualidad se trata de un "hastening backwards and forwards to reiterate the past" –como proponía Marinkovich (1998)–, pero le agrega otra cualidad intrínseca: lo hace "while

moving in unforeseen directions through regulated variance and media renewal" (Walton, 2009, pp. 89-90). Los textos no utilizan las referencias como meras menciones a conceptos anteriores, sino como puntos de partida sobre los que crean nuevas interpretaciones y abren un nuevo abanico de posibilidades discursivas.

La idea de que el contenido debe ser dinámico e ir más allá de sus propias referencias fue observada por Eco (1984), quien marcó una diferencia entre los superhéroes actuales y los mitos clásicos: los primeros son productos comercializables, por lo que no pueden contar con una historia fija, indiscutible y estática, sino que deben ir forjando su camino a medida que el consumidor avanza en su historia. "[El interés principal del lector se basa en lo imprevisible de aquello que va a suceder y, en consecuencia, en la inventiva de la trama, que ocupa un papel de primera magnitud" (p. 261). Aun cuando, según el autor, exista un vínculo directo entre los superhéroes y las figuras mitológicas clásicas –aquello que llamamos "referencia"–, aquel vínculo no implica que el nuevo texto deba ser una mera recreación del anterior, sino que abre las puertas para nuevas lecturas y propuestas narrativas.

QUAERERE VERUM
Universidad de SanAndrés

Intertextualidad, referencias, y horizontes de expectativas

El campo de estudio con respecto al uso de referencias en LOONA es muy limitado. Pocos estudios se centran exclusivamente en este grupo, y menos aún en sus estrategias transmediáticas e intertextuales. Encontramos como único referente a Galvan Maccari (2018), quien se detiene en ciertas instancias de intertextualidad a otros proyectos del LOONAverse, como los pequeños *easter eggs* que forman una realidad fragmentada para que los fans aten los cabos, y a eventos de mayor envergadura, como el encuentro entre Heejin y Olivia Hye –primera y última chicas– al final de *Egoist* (video musical solista de Olivia Hye) que marcaría un bucle infinito entre las 12 chicas.

Es en este último suceso, entre otros, donde Galvan Maccari también identifica referencias a textos externos a los confines del LOONAverse: esta idea del bucle infinito, dice, se inserta como remisión directa a la cinta de Möebius, un concepto con mucha presencia en LOONA. Enumera referencias a pinturas de Magritte –tanto visuales como temáticas–, a las tramas de novelas y poesías –como "Aphrodite Means Death" y "La Divina Comedia"–, y al relato del Génesis. Desde su observación, argumenta que esta inclusión de textos ajenos hace que las personas teoricen acerca del próximo paso de la historia sobre la base de las tramas y los temas de las obras originales. Usa el ejemplo de *Heart Attack* (2017), donde la referencia a Yves como Afrodita posiciona a Chuu como Paris, su admirador, por lo que los fans conjeturaron que el personaje de Chuu estaba enamorado del de Yves y que en un futuro las verían haciendo pareja. Crearon una expectativa de cómo seguiría la historia.

Como resolución ante aquella expectativa, BlockBerry Creative, la compañía discográfica de LOONA y creadora de su contenido, confirmó estas sospechas en el video de *love4eva* (2018) y, al hacerlo, aseguró a los fanáticos que las referencias tenían un fuerte peso en la historia del LOONAverse (Galvan Maccari, 2018). De esta manera, según el autor, BBC habría confirmado que las referencias a otros textos son un factor determinante en la trama y un indicador confiable de lo que está por venir[2].

La intertextualidad en el MCU, por su parte, ha sido estudiada por varios autores. Brinker (2017) propone tres categorías de interacción textual en Marvel: *storytelling* serializado multilinear –es decir, el desarrollo de varias subfranquicias en un mismo medio, cuyas historias se cruzan, como la saga de *Los Vengadores* y las subfranquicias de *Iron Man*, *Capitán América*, *Thor*, y *Hulk*–; serialización transmedia –series de distintos medios que son

[2] Volveremos a la cuestión de las expectativas cuando hablemos de la noción de "horizonte de expectativas" a partir de Marazi (2020).

parte del mismo universo expandido, como el contenido en formato televisivo (*WandaVision*, *Agents of S.H.I.E.L.D.*)–; y las adaptaciones, *remakes*, y *reboots* –donde se recrean contenidos que ya existen para establecer nuevas interacciones con el universo expandido, como la nueva trilogía de *Spider-Man* (2017) (un personaje que cuenta con otras dos franquicias de películas, en un principio, sin conexión a la nueva)–. Se trata de un estudio de la intertextualidad dentro del propio MCU. Menard (2015), en tanto, exploró los diferentes casos de tejido de conexiones entre los proyectos individuales –con un foco en los que se refieren a los personajes de *Los Vengadores*–, y otras formas en las que universo de Marvel trabaja el formato de las narrativas transmedia, incluído su foco en el *storytelling*. Stork (2014) y Taylor (2021), por su parte, investigan el modo en que Marvel logró que el recurso intertextual utilizado por los cómics para establecer un universo compartido se traduzca a un formato audiovisual, visto en la exitosa conformación del Marvel Cinematic Universe.

También vale la pena mencionar los trabajos de Marazi (2020) y Barnette (2022). Marazi (2020) observa el uso de *easter eggs* como recurso intertextual para conectar los proyectos del MCU y explica cómo fueron centrales para la construcción de una trama general compleja y que excede por mucho cualquier subtrama de cada film o serie. Más aún, les otorga el poder narrativo de no solo aludir a trabajos previos, sino además de dar pequeñas pistas de proyectos futuros. Barnette (2022) destina parte de su estudio de *WandaVision* a la manera en la que la serie se encargó de hacer alusiones a eventos actuales, como el asalto al Capitolio por parte de los votantes de Trump en 2021; a productos mediáticos del último siglo, como el *Mago de Oz*, a hitos históricos, como la quema de brujas en Salem y a leyendas clásicas como el origen de las brujas y la magia. La autora argumenta que estas referencias, por un lado, aumentaron la atención dedicada a la serie por los consumidores porque las personas conocen estas referencias y se interesan por comprender la forma en la que Scarlet Witch

QUAERERE VERUM
Universidad de SanAndrés

encaja con ellas, y, por otro lado, permitieron que los consumidores relean las nociones que existían de las brujas con un ojo crítico.

Las referencias a eventos/situaciones del mundo real fueron estudiadas también por Wolf (2014, 2016), que las considera mecanismos para facilitar el consumo. El autor plantea que incluir elementos reales en un mundo ficticio permite un acceso más fácil, en tanto lo conocido genera una sensación de familiaridad que ayuda a las personas a sentirse a gusto, ya que hay cosas que no deben esforzarse por comprender, sino que ya se dan por entendidas.

Marazi (2020), además de su contribución al estudio de los *easter eggs*, suma la cuestión de los géneros, que podemos relacionar con el concepto de intertextualidad constitutiva de Fairclough (1995). "Genres contain elements and characteristics that allow for intertextual referencing and associations", argumenta Marazi (2020, p. 88). La autora remite a los escritos de Fiske (2001) sobre los géneros. Según el autor, los géneros

> "*form the network of industrial, ideological, and institutional conventions that are common to both producer and audiences out of which arise both the producer's program and the audiences' readings* (...) *Genre spells out to the audience the range of pleasures it might expect and thus regulates and activates memory of similar texts and the expectations of this one*" (pp. 221-224).

Así, las referencias que se corresponden con la intertextualidad constitutiva permiten generar en los consumidores una sensación de familiaridad, además de una serie de expectativas. Walton (2009) recupera a Jauss (1982) y su término "horizon of expectations" para argumentar que los horizontes subjetivos de las personas se ven creados y/o alterados por la relación que el texto individual que consumen tiene con otra sucesión de textos (pp. 88-91).

Universidad de San Andrés

Marazi (2020) retoma esta noción, y propone que Marvel es un ejemplo de esta dinámica de fundación y modificación del horizonte de expectativas de los fanáticos "[b]y alluding to the past, re-affirming present connections as well as foreshadowing the future" (p. 91). Refuerza su idea al añadir que se ha vuelto una práctica habitual que las personas busquen *easter eggs* que apoyen o validen sus teorías y predicciones, incluso cuando lo que ven no haya sido pensado por los creadores como pistas. Agrega que tal práctica se ha extendido a cada vez más grupos de consumidores y ha cambiado su nivel de involucramiento con el contenido (p. 91).

De esta forma, a partir de la revisión de estos postulados sobre Marvel y recordando los hallazgos similares de Galvan Maccari (2018) sobre las predicciones de los fanáticos de LOONA con base en las referencias, nos encontramos frente a dos narrativas transmediáticas que se nutren constantemente del recurso de la intertextualidad, con referencias a textos internos a su universo –para establecer conexiones que construyan una historia compartida– y a textos externos. Estos últimos pueden verse integrados mediante referencias generales a las reglas de los formatos y géneros con los que dialogan, o mediante referencias a obras particulares que establecen un vínculo directo con su contenido –como vimos en la incorporación de los dioses nórdicos como personajes en el MCU, o en la estructuración del LOONAverse como una cinta de Möebius–. Además, LOONA y Marvel cuentan con consumidores activos que reconocen estas referencias (muchas veces en formato de *easter eggs*) y basan parte de su comprensión de la narrativa en el hecho de reconocerlas. Más aún, muchas veces fabrican teorías y predicciones a partir de ellas, y generan una expectativa acerca del siguiente paso en la trama.

QUAERERE VERUM
Universidad de San Andrés

Dialogar con lo clásico. Acerca de algunas referencias en el MCU y el LOONAverse

Con todo, un aspecto de análisis que ha recibido poco o nada de atención es la cuestión de la intertextualidad con textos clásicos, más allá de las mencionadas referencias a otros textos del universo, a géneros literarios, a eventos históricos o al entorno actual. En estudios acerca de franquicias de videojuegos transmediáticas como *Resident Evil*, por ejemplo, ha existido un mayor desarrollo de estas referencias clásicas. Martínez Fabre (2013) afirma que "la intertextualidad indica la apertura de un diálogo entre éste y muchas otras artes y modos de expresión, tanto populares como eruditos" (p. 14), e indica que un análisis intertextual debe buscar trazar conexiones tanto con elementos de la cultura contemporánea, como con textos que datan de siglos y fueron el origen de las nociones que se estudian en el presente.

Hemos pautado que tanto en el LOONAverse como en el MCU existen referencias a textos de este estilo, como la presencia de la mitología nórdica en *Thor* y *Loki* (2021), las leyendas sobre brujería y magia en *WandaVision*, las creencias bíblicas en el Edén de LOONA yyxy, y la reencarnación de dioses en los superhéroes de ambos universos –como Thor, y las chicas de LOONA ODD EYE CIRCLE (presentadas como un paralelismo a la triple diosa, Hécate)–. Hemos visto, además, que las referencias a otros proyectos del universo, o a géneros y entornos socioculturales recientes generan una sensación de familiaridad en los fans, insertan a los universos en tradiciones textuales que los preceden y contribuyen a generar expectativas en los consumidores sobre la forma en la que se desarrollará la historia a futuro. Parecería intuitivo pensar que lo mismo podría suceder cuando las referencias pertenecen a aquel tipo de textos que aún no ha sido estudiado extensivamente: el texto clásico. Aunque Galvan Maccari (2018) dedicó una pequeña sección de su tesis a esta

Universidad de San Andrés

cuestión, la realidad es que es una mención sin mayor profundización ni un estudio de campo –al menos, no hay ninguna mención al respecto –.

La investigación

El propósito, pues, de la presente investigación es comprender en mayor detalle el tipo de vínculo que el MCU y el LOONAverse establecen con textos, relatos, culturas, leyendas, y teorías clásicos, en el marco de la intertextualidad, entendida como un recurso que enriquece el contenido a través de referencias cuya identificación y comprensión ayuda a conocer el universo en su totalidad –o, al menos, lo más que se pueda–. Sumado a esto, y siguiendo con el estudio de las expectativas generadas a partir de las referencias, se busca indagar sobre las formas en las que la remisión a este tipo de textos influye en las predicciones y en las teorías de los consumidores acerca del futuro del universo en cuestión. Por último, se plantea aquí la pregunta por la reacción que genera en los consumidores el posible cumplimiento o subversión de estas expectativas basadas en las referencias clásicas.

Este último punto resulta de especial interés, pues LOONA –por lo expuesto en nuestra observación y las contribuciones de Galvan Maccari (2018)–, no suele proveer respuestas concretas sobre el *canon*, pero Marvel sí lo hace. Como este *canon* tiene autoridad, cualquier proyecto *top-down* se verá integrado a la versión oficial del universo, aceptada por la mayoría. Si este proyecto no cumple con las expectativas de los consumidores, estos pueden reaccionar negativamente, pues algo con lo que no están de acuerdo se ha vuelto indiscutiblemente *canon*. Páginas atrás, de hecho, mencionamos cómo una decepción de los fans del MCU generó una serie de respuestas críticas o "counter-narratives" (Moon, 2008, p. v), como las de una Black Widow empoderada y protagonista o un Capitán América *queer*,

Universidad de San Andrés

que acabaron llamando la atención de diversos medios y ejerciendo presión sobre los creadores / productores de Marvel.

El porqué de los casos de estudio

¿Cuáles son las razones por las que elegimos los universos expandidos de Marvel y LOONA como casos de estudio? En primer lugar, tenemos un interés y conocimiento sobre ambos universos que nos permitió encontrar características compartidas entre ellos, así como tener una visión más aguda para detectar fenómenos estudiables, sobre todo en lo que se refiere a la cultura de fanáticos[3]. En segundo lugar, ha habido ya, en numerosas ocasiones, comparaciones entre el LOONAverse y el MCU, con videos que llaman a LOONA "The Avengers of K-Pop" (Rice Squad, 2019), por ejemplo. En tercer lugar, la diferencia entre los medios en los que ambos universos se despliegan resulta interesante y provee un gran contraste para analizar dos narrativas que comparten su carácter transmediático. La extensión que los largometrajes, las series y los videojuegos (sin mencionar los cómics) poseen en comparación con los videos musicales –quizá de los formatos audiovisuales *mainstream* más cortos, estudiado en profundidad por Scolari (2021)–, sus descripciones, clips y letras hace difícil creer que ambos universos puedan contar con una elaboración comparable a cualquier escala. En cuarto lugar, la diferencia textual, consecuencia del punto anterior, según la cual Marvel cuenta con diálogos extensos, detallados, y de cientos de voces distintas, mientras que LOONA no tiene una sola palabra hablada por los personajes, parece volver imperativo un análisis de cómo ambos pueden construir una narrativa transmedia, y de la diferencia que, obligatoriamente, tendrá que haber en los recursos que cada una utiliza –o, al menos, en la

[3] Reconocemos en este hecho, sin embargo, una limitación, en tanto, como conocedores, existen nociones y conceptos de cada universo que pueden haberse dado por sentado. Así y todo, hubo un gran esfuerzo por mitigar esta desventaja a través del apoyo en la investigación y los hallazgos de otros autores.

forma en la que los utiliza–. En quinto, y último, lugar, la presencia de referencias a textos clásicos en ambos casos, pero con una marcada diferencia en volumen, despertó la curiosidad de saber por qué ambos utilizan esta estrategia, y en qué formas son distintas o similares. LOONA y Marvel tienen mucho en común y mucho en contraste, un análisis conjunto de ambos parece resultar tanto innovador como necesario.

Plan de texto

Con el fin de organizar la estructura de la tesis, el plan de texto es el siguiente: planteamos en primer lugar tres preguntas de investigación derivadas del estudio del campo y el estado de la cuestión, y sus respuestas tentativas en forma de hipótesis. A continuación, presentamos la metodología completa, que articuló cuatro encuestas cualitativas (dos por cada grupo de consumidores, una en inglés y una en español) y cuatro *focus groups* con consumidores de Marvel y LOONA para profundizar el diseño de nuestro objetivo investigativo. Luego, señalamos los hallazgos de ambos métodos, y los ponemos en diálogo directo con la base teórica establecida en esta sección. Finalizamos el cuerpo del texto con las conclusiones, y cerramos con un listado de las referencias bibliográficas, y un anexo.

Universidad de San Andrés

DESARROLLO DE LA INVESTIGACIÓN

Universidad de SanAndrés

Preguntas de investigación

A partir de la revisión del campo de estudio, y de las características de los dos casos a estudiar, se desprenden las siguientes preguntas de investigación:

RQ1: ¿Qué vínculo establecen los universos de LOONA y de Marvel con los textos clásicos?

RQ2: ¿De qué forma pueden las referencias a estos textos clásicos contribuir a la creación de expectativas en los consumidores?

RQ3: ¿Qué reacción puede generar una subversión o incumplimiento de estas expectativas en los consumidores?

Hipótesis

Como respuestas tentativas a estas preguntas, podríamos plantear las siguientes hipótesis:

H1a: El LOONAverse se vale de referencias explícitas y manifiestas a textos clásicos como facilitadoras para la comprensión de su compleja trama, pues no cuenta con diálogo ni con tramas relatadas en detalle por sus creadores. Las referencias permiten insertar historias largas sin tener que contarlas desde el principio, pues ya son conocidas por muchos.

H1b: El MCU hace referencia a textos clásicos de forma mayormente indirecta (salvo ejemplos como el de Thor), y propone a los superhéroes como reencarnaciones de los personajes mitológicos. Incorpora este recurso más bien para enriquecer su trama con temas eruditos y guiños que las personas puedan reconocer, y no tanto para ayudar a contar la historia. La razón tal vez sea su gran volumen de contenido, que le permite otorgarle a cada parte menos peso narrativo, pues sus tramas son ricas en diálogo y extensas en tiempo, por lo que no necesitan hallar atajos para contar sus historias.

H2: Las referencias a los relatos clásicos generan una familiaridad que ubica a los espectadores en una situación conocida, entonces saben qué esperar al final porque es la misma historia que se viene contando hace siglos. Puede haber sorpresas en el camino, pero se generan expectativas estables basadas en los relatos que los consumidores ya conocen.

H3a: Para LOONA, la falta de explicación detallada de su narrativa y el consecuente poder de los fans para controlar cómo la interpretan ocasiona que un alejamiento de lo familiar no genere enojo, sino nuevas interpretaciones que complementen, de una forma u otra, las teorías existentes.

H3b: Para Marvel, en cambio, el recurso de subvertir expectativas puede generar descontentos muy grandes de los fans, que han sido críticos fuertes en el pasado. Un giro inesperado, distinto a lo que muchos esperaban o deseaban, podría causar una desilusión que ocasione un gran volumen de respuestas negativas.

Metodología

Para estas preguntas e hipótesis, optamos por una metodología mixta que pudiera combinar datos numéricos y demográficos con datos obtenidos a partir de apreciaciones personales de las personas que conforman nuestro universo. A la hora de determinar dicho universo a estudiar, propusimos, primero, uno amplio para elaborar una encuesta cualitativa. Luego, para el desarrollo de *focus groups*, refinamos un poco los parámetros.

Universidad de San Andrés

Encuestas

Los universos a estudiar fueron los consumidores de Marvel y los consumidores de LOONA; más específicamente, apuntamos a personas con acceso a las redes sociales, de cualquier edad, que hablen inglés y/o español.

A este universo fue dirigida una encuesta de 27 preguntas –dos de ellas opcionales–. Una primera sección abordó la autopercepción de las personas respecto a su consumo y producción de contenido de Marvel o LOONA, su pertenencia a las comunidades de fans y su interacción con otros consumidores. La segunda sección incluyó preguntas sobre su conocimiento de los universos expandidos de cada producto, su rol en la creación de contenido *fanmade* relacionado con dichos universos y sus sentimientos hacia el rol que ellos juegan en el consumo de Marvel o LOONA. La tercera sección se encargó del contenido de los universos expandidos y preguntó por su complejidad, sus estrategias narrativas, las formas en las que son consumidos, los textos externos a los que remiten y referencias directas que puedan ser reconocidas. Una cuarta sección fue dedicada a los datos demográficos básicos, como país de residencia, nivel educativo y género, y además preguntaba si quien contestara quería seguir colaborando con la investigación. De ser sí la respuesta, una quinta sección (la pregunta número 28) pedía a aquellas personas dejar su correo electrónico para ser contactados a futuro.

Para asegurar la obtención de una población que concuerde con los parámetros de nuestro universo, primero se preguntaba si la persona encuestada consumía contenido de Marvel o LOONA. De ser "No" la respuesta, se la redireccionaba al final de la encuesta.

Universidad de San Andrés

Estas preguntas fueron plasmadas en un Google Form, tanto en inglés como en español: en total, fueron publicados cuatro *forms*. Este método autoadministrado puede traer aparejadas posibles faltas de clarificación en caso de confusión, y de seriedad a la hora de responder, por la ausencia del entrevistador (Wrench, Thomas-Maddox, Richmond, & McCroskey, 2008, pp. 257-258). Fue así que más de una persona escribió que no comprendía alguna de las preguntas. Sin embargo, la autoadministración abarata los costos y permite llegar de forma más rápida a mayor cantidad de personas, y estas ventajas se ven exacerbadas con la virtualidad. Además, se evita el sesgo del entrevistador.

Estas ventajas fueron clave para elegir este método, puesto que la naturaleza de nuestras preguntas de investigación volvía enriquecedor poder llegar a gente de todas partes. El foco en los relatos clásicos como fuentes de familiaridad requiere abarcar la mayor cantidad de textos, para así saber cuáles de ellos transmiten ese sentimiento a la mayor cantidad de consumidores de distintos orígenes.

QUAERERE VERUM
Universidad de
SanAndrés

El muestreo para esta encuesta fue realizado a través del método bola de nieve, es decir, la encuesta fue enviada o publicada en ciertos puntos clave para que las personas la vean, la completen y la reenvíen a quien crean pertinente. Así, enviamos el *link* al cuestionario a través de WhatsApp y lo publicamos en Instagram, Twitter, Reddit, Amino y otros foros más especializados como AllKpop, Soompi, y FanForum. Aunque este tipo de muestreo tiene sus desventajas, considerando que puede verse compartida por círculos cerrados, limitados a aquellos con quienes tenemos contacto directo en las redes sociales. Sin embargo, esta limitación intentó ser mitigada, sobre todo, con la publicación en Reddit y Twitter, donde se publicó en espacios abiertos a los que personas con las que no tenemos contacto directo pueden llegar, por su cuenta o por compartidas (*retweets*).

Así fue que los casos más exitosos fueron el de Reddit para Marvel, y el de Twitter para LOONA. Si conjeturamos sobre este éxito, podemos observar que, en Twitter, los tuits sobre la encuesta de LOONA sumaron alrededor de 80 retuits, y muchas de las cuentas que lo hicieron tienen decenas de miles de seguidores, por lo que tuvo más de 16.000 impresiones y más de 600 clics en el link. Los tuits sobre Marvel, en cambio, obtuvieron 35 retuits, un poco más de 10.000 impresiones, y 277 clics en el link. En ambos casos, contactamos a cuentas de gran tamaño para que compartan la publicación.

Lo opuesto pasó en el caso de Reddit, y la mayor diferencia probablemente se debió a que los foros de LOONA en los que se publicó la encuesta sumaban 82.200 miembros, mientras que los de Marvel sumaban más de 3.000.000. En el primer caso, alrededor de 200 personas clickearon el link; en el segundo, más de 600. Este alcance, creemos, es prueba de una mitigación exitosa, dentro de todo, del límite de los círculos cerrados.

Más aún, optamos por esta forma de muestreo para intentar llegar lo más lejos posible, dado que una búsqueda manual a partir de parámetros propios habría sido más engorrosa, y no habría alcanzado la cantidad de gente que la bola de nieve obtuvo. Obtener un alto número de encuestados también resultaba importante, puesto que uno de los objetivos principales de la encuesta era obtener futuros candidatos para la parte cualitativa de la investigación.

Para el día de cierre de las encuestas, que corrieron durante dos semanas y media –tiempo en el que consideramos se obtuvo la cantidad deseada de respuestas–, Marvel había sumado 438 encuestados, y 196 habían dejado sus *e-mails*. En el caso de LOONA, el número llegó a 413, con 159 *emails*.

Universidad de San Andrés
QUAERERE VERUM

Focus groups

Una vez finalizada la etapa y su análisis, pasamos a la segunda parte del estudio, de donde esperábamos conseguir la información más contundente para nuestra investigación. El método que elegimos es el *focus group*. Seleccionamos este método pues creíamos importante, por sobre todo, poner a dialogar a los consumidores para que se alimenten de los comentarios ajenos y, quizás, lleguen a conclusiones que por sí solos no alcanzarían. Además, el grupo puede otorgar una sensación de camaradería y seguridad que le permite a las personas hablar sin sentirse juzgadas (Langford & McDonagh, 2003, p. 3-4). Esa comodidad, sobre todo, podía ser clave al tratarse de un posible grupo de fanáticos, ya que la conducta fanática suele verse con un tinte negativo, por lo que rodearse de otros en la misma situación podría ayudar a la relajación y soltura.

Aunque hay que reconocer que tiene limitaciones –como puede ser el control reducido del moderador para guiar la charla (pues a los participantes puede entretenerles más hablar de otra cosa no planeada), o la presencia de personas que acaparan la palabra y la atención (Langford & McDonagh, 2003, p. 5)–, hicimos un intento por mitigarlas. El moderador permitió un balance entre charla descontracturada, y redirigir la atención a la pregunta del momento o la siguiente; y hubo un esfuerzo por permitir que todos tomen la palabra seguido.

De cualquier modo, las ventajas superan las limitaciones, por lo que este fue el método elegido. Una vez finalizadas las encuestas, y con todos los voluntarios a disposición, debíamos determinar la cantidad de participantes, y seleccionarlos.

A la hora de elegir un método de muestreo, cabía la posibilidad de seleccionar un método aleatorio, pero optamos por una selección consciente y con un propósito particular:

buscábamos a personas que estuvieran lo suficientemente inmersas en el universo expandido de Marvel o LOONA para poder discutir informadamente sobre ellos y tener opiniones elaboradas. Después de todo, "[m]ost focus group research uses purposive sampling methods (...), which means that people are chosen to fit certain characteristics" (Davis & Lachlan, 2017, p. 355).

Para intentar lograr esta muestra "útil", diseñamos un sistema de parámetros que nos indicara a las personas más indicadas sobre la base de sus respuestas en la encuesta. En primer lugar, excluimos a los menores de 18 años, para evitar conflictos y requisitos legales para utilizar su información. Luego, filtramos por aquellas personas que habían calificado su consumo (del 1 al 5) entre 3 y 5, para incluir personas que invierten más tiempo en el contenido.

Después, hicimos lo mismo, pero con respecto a cuán conocedores del universo expandido se consideraban. El siguiente requisito buscaba filtrar por aquellas personas que habían respondido que el material del MCU o del *LOONAverse* les recordaba a otros textos, culturas o contenidos.

Por último, creamos un filtro con base en una categorización que realizamos en la encuesta, que separaba a los fanáticos en "lectores" y "teóricos". Entendemos por "lectores" a quienes se informan a través de teorías, predicciones, investigaciones, y conjeturas ajenas; y por "teóricos" a quienes desarrollan teorías, predicciones, investigaciones, y conjeturas propias. Diseñamos una escala, donde 1 es "lector" y 5 es "teórico", y para el filtro buscamos a quienes estuvieran entre 3 y 4, y a quienes hubieran marcado 5. De esta forma, queríamos incluir a toda costa a los teóricos nivel 5 para poder tener a personas que dedicaran su tiempo a estudiar el universo expandido.

Universidad de SanAndrés

Los dos últimos requisitos se plantearon como intercambiables, y elegiríamos a personas que cumplieran uno o el otro. Además, a la hora de conformar los grupos, intentaríamos hacerlo de la forma más variada en cuanto a países y edades, y equilibrada en cuanto a género. Aunque algunos teóricos que han escrito sobre los *focus groups* han dicho que lo ideal es que las características de los participantes no sean tan variadas, pues más variedad significa menor predictibilidad, otros han argumentado que la diversidad permite intervenciones más interesantes. "Homogeneous is not necessarily better –it may be advantageous to watch people disagree with each other or have to explain themselves" (Davis & Lachlan, 2017, p. 355).

Y aunque autores como Langford y McDonagh (2003) temen por la falta de comodidad en los participantes si no se encuentran frente a un grupo parecido a ellos, creemos que su factor común como consumidores/fans de Marvel o LOONA genera el entorno seguro y descontracturado, y hasta alegre, necesario. Más aún, la heterogeneidad va de la mano con el ya mencionado interés por obtener aportes desde la mayor cantidad de trasfondos culturales posible. En una investigación que apunta a incluir los relatos clásicos de todas las culturas, "heterogeneous group membership supports qualitative research that aims for a wide diversity of views" (Tuckett, 2004, p. 6).

Una vez determinados los parámetros y preferencias, seleccionamos a las personas. Aunque este tipo de muestreo tiene un propósito, como otras investigaciones (Tuckett, 2004) la nuestra encontró algunas barreras logísticas que dificultaron alcanzar la muestra ideal. Hicimos ajustes en la metodología de selección, como una ampliación de los requisitos a personas que quizá no habían puntuado su consumo entre 3 y 5 –tanto por necesidad, como por la realización de que tener a personas menos inmersas también podía ser enriquecedor–.

QUAERERE VERUM
Universidad de San Andrés

Originalmente, la idea era tener seis grupos (tres para cada grupo de consumidores) de diez personas cada uno, en tanto Langford & McDonagh (2003) recomiendan "at least three separate sessions to ensure that any patterns or trends detected are consistent" (p. 2) y "around eight to ten people" (p. 27). Sin embargo, la logística volvió difícil la obtención de 60 personas, por lo que acabamos formando 4: después de todo, "[in] just three or four sessions it is possible to gain views from a relatively large number of people" (p. 4).

Se tomó la decisión de llevar a cabo las sesiones en inglés, pues todas las personas seleccionadas habían respondido la encuesta en inglés, o habían marcado que se sentían cómodas hablando en inglés cuando se les preguntó en la encuesta (luego de que hubieran respondido que querían seguir colaborando). De cualquier modo, se les volvió a preguntar si estaban de acuerdo con esta modalidad a la hora de invitarlas.

Finalmente, los grupos quedaron conformados de la siguiente manera:

LOONA FG #1	LOONA FG #2	MARVEL FG #1	MARVEL FG #2
SA (Chile, 19)	SG (España, 18)	CC (Argentina, 20)	LN (Noruega, 20)
DO (USA, 20)	JC (USA, 19)	NA (EEUU, 23)	IG (Argentina, 20)
GS (España, 21)	MG (Argentina, 19)	JP (Uruguay, 24)	CB (EEUU, 25)
GP (Filipinas, 21)	AY (USA, 23)	BN (USA, 25)	SD (India, 28)
LV (USA, 21)	TK (USA, 29)	AE (EEUU, 25)	DL (Inglaterra, 22)
TN (UK, 22)	MJ (USA, 32)	GT (Ecuador, 27)	
OC (USA, 26)	RD (Filipinas, 41)	JF (EEUU, 31)	
		TP (China, 32)	

Aunque fueron entrevistadas 27 personas, en todos los casos había un total de 10 invitados confirmados, pero he aquí otra de las limitaciones de este método: depende de la voluntad de

las personas. Aunque haya sido de modalidad virtual, hubo varias personas que no se conectaron a la sesión, con MARVEL FG #2 como el caso más grave. Así y todo, los cuatro fueron esclarecedores y sumamente informativos.

Cabe aclarar, además, que la alta presencia de personas estadounidenses tiene que ver con una realidad estadística: aproximadamente el 45% de los encuestados fueron personas de Estados Unidos. A la hora de seleccionar a los participantes de los *focus groups*, muchos de los que cumplían con los requisitos eran de allí. De cualquier forma, siempre se intentó que se vieran compartiendo el espacio con personas de otras culturas (como latinoamericanos, asiáticos, y europeos).

Las sesiones fueron planificadas para durar alrededor de dos horas, y serían realizadas a través de la plataforma Zoom. El formato de las preguntas y dinámicas se estableció a partir de las recomendaciones de Bader & Rossi (2002). Desde el rol del moderador, se emplearon interrogantes lo más abiertos posibles, en su mayoría relacionados con sentimientos y percepciones personales, además de re-preguntas y pedidos de clarificación para lograr mayor elaboración de los participantes. Aunque se permitió bastante libertad para que las personas generen asociaciones a partir de disparadores, también se asumió la tarea de redirigir el curso de la reunión si esto se extendía demasiado.

Además de dichas recomendaciones, se usó el instructivo de las autoras para desarrollar la agenda del *focus group*. En primer lugar, la introducción explicó a los participantes el formato, el objetivo tentativo/general y la temática, y aseguró el anonimato para cualquier respuesta dada.

Universidad de San Andrés

A continuación, la segunda etapa se trató de un período de calentamiento, donde primero se introdujo el moderador en relación a Marvel o LOONA, a la vez que se mostraban gráficos hechos por fanáticos que intentan explicar el universo expandido (ver “Anexo 1” y “Anexo 2”). Inmediatamente después, se les pidió a los participantes que hicieran lo mismo uno por uno.

Luego, se les preguntó por algunos de los resultados de la encuesta, como la importancia del universo expandido a la hora de consumir el contenido, el uso de la narración definida como recurso, y el consumo de contenido oficial versus contenido hecho por fans.

La tercera etapa se encargó de cuestiones de mayor profundidad, directamente relacionadas a nuestras preguntas de investigación. Se preguntó por las referencias a otros textos, culturas, y relatos dentro del contenido, sobre todo a aquellos que datan de cientos de años atrás (a diferencia de las menciones al entorno sociocultural actual), su impacto en el desarrollo de la historia del universo, su posible función como generadoras de expectativas, y la importancia de mantenerse fiel al relato original al que se alude. Estas preguntas intentaron ser más bien sutiles, permitiendo a las personas responder sobre la base de lo que ellas entendían, y no por una directiva clara de a qué se refería la pregunta.

Por último, la cuarta etapa fue el espacio en el que se invitó a los participantes a dar comentarios de cierre, se les recordó la política de anonimato, y se les agradeció por participar. Las sesiones nunca duraron más de las dos horas planeadas. Las preguntas fueron variando levemente en función de lo que se decía, pero la estructura se mantuvo estable.

En la siguiente sección, presentaremos los hallazgos tanto de las encuestas como de los *focus groups*.

Universidad de San Andrés

Hallazgos

Encuestas

Podemos, primero, hablar de los resultados obtenidos de las encuestas. Para presentarlos, unimos las respuestas en español e inglés para ambos grupos. Los primeros datos que se desprenden son los demográficos.

En el caso de LOONA, 48,8% de las personas encuestadas se identificó como mujer; 34,6%, como hombre; y 10,4%, como no binarie. El 6,2% restante se repartió entre personas que prefirieron no decirlo, hombres trans, mujeres trans, personas bigénero, personas agénero, y personas de género fluido. Estas opciones intentaron abarcar la mayor cantidad de identidades posible, inspiradas en el último censo argentino como punto de partida (INDEC, 2022), y otras encuestas de los últimos años. En el caso de Marvel, en cambio, 58,6% de las personas encuestadas se identificó como hombre; 36,2%, como mujer; y el 5,2% restante se distribuyó entre el resto de las opciones.

En cuanto a las edades, en ambos casos, la mayoría de las personas encuestadas registró una edad entre 18 y 23 años, y el pico fue el mismo: 22 años. Los extremos para LOONA fueron 13 y 69 años; para Marvel, 14 y 69 años.

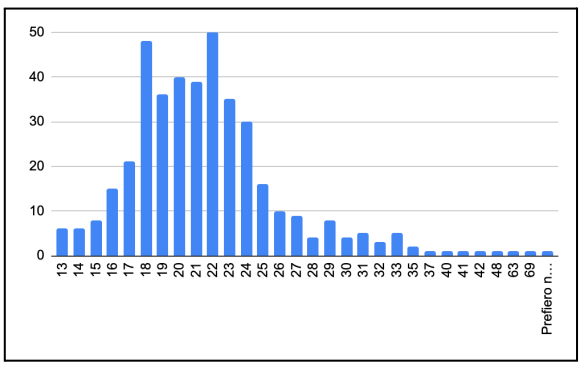


Gráfico: distribución de edades para LOONA

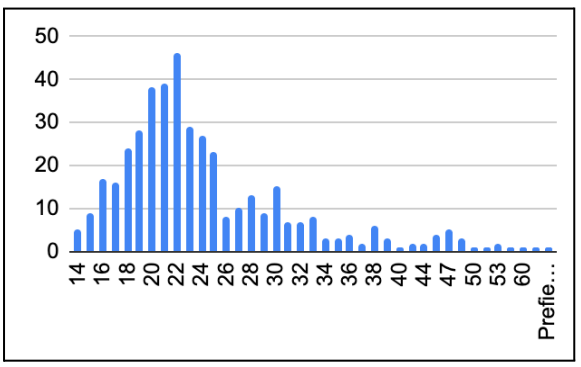


Gráfico: distribución de edades para Marvel

Universidad de San Andrés

Las encuestas de LOONA registraron a residentes de 43 países distintos, mientras que las de Marvel obtuvieron respuestas de 36. En los dos casos, el territorio dominante fue Estados Unidos, con un 48,3% para LOONA, y un 36,9% para Marvel. Para LOONA, el resto de los países no superó un 7%, y solo el Reino Unido, Canadá, Filipinas, y Australia superaron un 5%. En Marvel, en cambio, un 23,1% de los encuestados fue de Argentina. Más allá de eso, solo el Reino Unido y Canadá superaron el 5%, mientras que India registró un 4,4%.

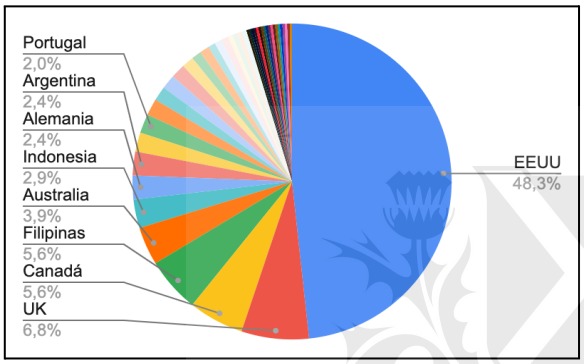


Gráfico: distribución de países para LOONA

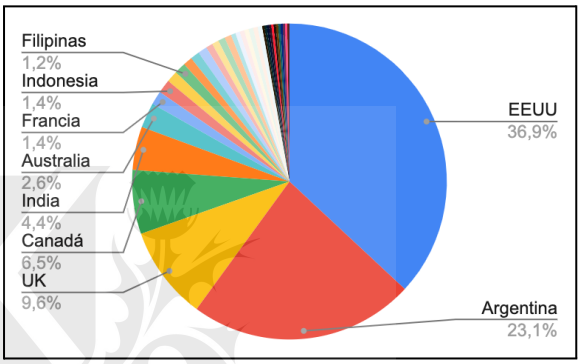


Gráfico: distribución de países para Marvel

Este tipo de datos fue clave a la hora de conformar los *focus groups*, como se mencionó antes. Aunque se procuró lograr la mayor diversidad posible, las distribuciones de género (mujeres en LOONA y hombres en Marvel), edad (alrededor del 50% entre 18 y 23 años en ambos casos), y países (la fuerte presencia estadounidense) influyeron en la oferta de voluntarios.

Pasemos, entonces, a las preguntas específicas de nuestra investigación. Una de las primeras hacía referencia a las plataformas en las que las personas consumen contenido de LOONA o Marvel. En ambos casos, alrededor del 75% de las respuestas indicaron que las que más usan son YouTube, Reddit, Instagram y Twitter. En el caso de LOONA, las dos que se disputan el primer puesto son YouTube y Twitter, mientras que para Marvel, estas son YouTube y Reddit. Esta diferencia puede deberse al origen de los encuestados: como vimos en la sección anterior, la mayoría de las personas de LOONA venían de Twitter, mientras que las de Marvel

venían de Reddit. Podríamos suponer que su plataforma principal de consumo es la misma en la que encontraron la encuesta. En cualquier caso, en los dos, el vencedor es YouTube.

Ahora bien, la siguiente pregunta se refería a las plataformas en las que las personas *producen* contenido relacionado con LOONA o Marvel. Aquí, en cambio, la respuesta más elegida fue que no producen contenido ellas mismas. Sin embargo, la diferencia estuvo en que, para Marvel, esta respuesta representa el 59,1%, mientras que en LOONA fue del 36,8%, seguida por Twitter con 28,8%. Una explicación posible, con base en la observación de campo realizada previamente, es que en LOONA es más común –por una aparente necesidad– que los consumidores produzcan su propio contenido para, por ejemplo, elaborar teorías que conformen la trama del LOONAverse. Esta conjetura parece verse fortalecida por los resultados de otra de las preguntas que expondré a continuación.

Para abordarla, debemos saltar hacia una sección más avanzada en la encuesta: una pregunta pedía a los encuestados que seleccionaran cuál era la plataforma que más usaban para consumir contenido del LOONAverse en particular. Allí, el 29,2% respondió que usaban Twitter. Sin llegar a plantear una conclusión definitiva, parecería poder indicarse una cierta correlación: quienes producen contenido del LOONAverse –quizá, de nuevo, por necesidad– lo hacen en Twitter, la plataforma donde casi un tercio de los encuestados dicen consumir contenido de este mismo tema. ¿Será que los encuestados obtienen su información sobre el universo expandido de LOONA mayormente a través de las *fan theories*?

Una vez más, nuestras conjeturas parecen verse avaladas por los números: al preguntar por el canal de información al que las personas recurren para comprender en profundidad el LOONAverse, el 72,4% contestó que utiliza contenido hecho por fans (*fanmade*) en vez de contenido oficial. Esto contrasta intensamente con lo contestado por los encuestados para

Marvel: 72% eligió el contenido oficial como su fuente principal de información sobre el MCU. Tal porcentaje parecería respaldar nuestra observación inicial: en Marvel, el contenido *top-down* es el que tiene mayor fuerza explicativa, el que funciona como autoridad o referencia: el *canon* es la "ley suprema". En LOONA, en cambio, es el contenido *bottom-up* el que cuenta con mayor tráfico y legitimidad: el *fanon* es el que le da forma a la narrativa del LOONAverse.

Quizás por esta razón sea también que LOONA resulte más complejo y difícil de entender para los usuarios si la comparamos con el universo Marvel. Así, a la hora de contestar si consideran al universo complejo y si sienten que lo entienden, el 91% de los encuestados de LOONA lo calificó como complejo, y el 53,2% dijo que lo entiende bien. Aunque los resultados por sí solos no parecen decir mucho, compararlos con el 71% y el 90,2% (respectivamente) de Marvel podría indicar que los consumidores de LOONA se enfrentan a un universo expandido más difícil de comprender. Esta diferencia porcentual puede deberse a la falta de definición narrativa del contenido *top-down*, y eso mismo fue indagado en otra de las preguntas.

QUAERERE VERUM
Universidad de
SanAndrés

Al tener que identificar las principales formas en las que los productores del contenido desarrollan la trama y la construcción de sus universos, ambos grupos mencionaron conflictos generales a todo el universo, pistas sutiles, apariciones de personajes conocidos y *easter eggs* (elementos que son referencias directas a otro proyecto del universo) entre las principales. Sin embargo, observamos una diferencia clave en el hecho de que el uso de una narración definida estaba entre los recursos principales identificados para Marvel, mientras que para LOONA esta fue uno de los tres recursos menos reconocidos. Conceptualizamos "**narración definida**" desde la definición de "narración" a la que llega Jannidis (2003).

El autor, a partir de previos escritos de Carroll y Martínez, la define como "a self-contained meaningful structure whose most important components are chronology, causality, teleology, and intentionality" (p. 51). Jannidis habla de una serie de elementos unidos a través de distintas motivaciones, como la cronología –que implica un orden transparente ("*perspicuous*")–, la causalidad, o la composición. Esta última se refiere a piezas cuya función es la construcción de un marco interpretativo (p. 43).

El reconocimiento de este recurso en Marvel, pero no en LOONA, se corresponde con lo observado en la sección "Introducción", en tanto Marvel sigue una forma de relato donde la cronología es establecida con claridad, existen causas y consecuencias para los eventos, y elementos que construyen el universo alrededor de dichos eventos y los personajes. El LOONAverse, en cambio, a pesar de contar con el aspecto teleológico –donde los componentes cumplen un propósito de composición, más que establecer causalidad–, no posee cronología y causalidad transparentes. Se vale, más bien, de pistas y *easter eggs* que los fans deben encontrar y conectar para recomponer la historia. Podríamos tejer una correlación entre la falta de la llamada "narración definida" y la mencionada dificultad para comprender el universo.

Esta diferencia en la presencia de narración definida puede tener que ver, también, con la diferencia en el formato, como fue antedicho en la Introducción. Marvel produce películas y series que, como piedra fundacional, deben contar una historia, y es ese relato el que atrae a las personas. LOONA, en cambio, es un grupo musical, por lo que la mayoría de las personas que se encuentran con su contenido van a poner el foco, al menos al principio, en su música. Su fuente de ingresos principal es la venta de su discografía y sus giras, no su historia.

QUAERERE VERUM
Universidad de SanAndrés

Podríamos pensar que la falta de claridad cronológica y causal, y el bajo índice de comprensión del universo, puede llegar a tener un impacto en la importancia que se le da a este a la hora de consumir el contenido: si es difícil de seguir, y no es fácil de comprender, puede que algunas personas no estén tan interesadas en él. Así parece ser, pues solo un 34,9% de quienes contestaron para LOONA le asignó el mismo peso (el valor más alto fue el 3, con 40,5%), mientras que para Marvel, 61,2% calificaron el universo expandido entre muy importante y central (con 5 como el valor más alto, con 31,8%).

Volvamos ahora a la cuestión de los recursos narrativos. Aunque no podemos llegar a conclusiones con el volumen de información relevada, parecería ser interesante analizar una diferencia muy marcada entre ambos grupos. La segunda estrategia más reconocida por los consumidores de LOONA fue la repetición de espacios y escenarios entre proyectos. En Marvel, muy por el contrario, fue la menos seleccionada. Nuestra conjetura es que la marcada diferencia se da porque la construcción del LOONAverse está ligada a la observación atenta de los fanáticos a los detalles, y por la unión de piezas sutiles del rompecabezas. La repetición de un espacio es una señal clara de que dos partes de la narrativa están unidas, aunque sea por un escenario físico. De ser correcta nuestra conjetura, podría explicarse por qué esta estrategia resulta tan importante para los consumidores de LOONA, y no para los de Marvel.

Podemos, ahora, enfocarnos en la última sección de la encuesta, quizás la más íntimamente relacionada con nuestra investigación: el uso de referencias, es decir, la remisión o mención a textos/historias/culturas preexistentes. Un 35,4% de los encuestados sobre LOONA respondió que el LOONAverse les recuerda a otros trabajos/contenidos/historias, mientras que 39,5% respondió que no. En el caso de Marvel, los números fueron similares: 33,4% respondió que

QUAERERE VERUM
Universidad de SanAndrés

sí; 32,2%, que no. Ahora bien, a esta pregunta le siguieron tres de escritura libre en las que se les pidió que indicaran qué contenidos les recordaban a qué otros textos, y si notaban referencias directas y explícitas.

Los consumidores de Marvel reconocieron referencias actuales y clásicas. Mencionaron, por ejemplo, diversas películas: de DC, de Bruce Lee, de Kung-Fu, Footloose, Star Wars El Rey León, Percy Jackson, Harry Potter, The Truman Show, y Pulp Fiction. Estas, en general, estuvieron asociadas al MCU por menciones directas a sus tramas, por referencias visuales a escenas y estéticas, por temas y repeticiones de historias, y por homenajes hechos a ellas. También se nombraron referencias a géneros, como las películas de espías, los policiales, el animé, y el manga, en tanto los encuestados encuentran en el MCU una diversidad de historias y de formas de contarlas inspiradas en distintos formatos.

Hubo quienes relacionaron al MCU con personajes famosos como Beyoncé, Taylor Swift, y LOONA. Aquí, la semejanza se vio en motivos que (según ellos) espejan algunas de las letras de sus canciones, en imágenes visuales similares, y en la construcción de un universo en el que un equipo debe encontrarse, respectivamente.

Por último, hubo una categoría relacionada con hitos socioculturales del último siglo: memes, el movimiento Black Lives Matter, Martin Luther King (MLK) versus Malcolm X, política, y nacionalismos. Estos fueron tratados, según los encuestados, en reinterpretaciones que se adaptaron a la historia del MCU –como la reencarnación de MLK y Malcolm X en T'challa y Killmonger en *Black Panther* (2018)–, y pequeños guiños a la cultura memética actual, como momento de risa.

Universidad de San Andrés

Más allá de estas referencias contemporáneas, también identificaron remisiones a culturas, filosofías, mitologías y religiones, como las mitologías griega, nórdica, china, babilónica, y de guerra, culturas universales (como la africana, la india, o la japonesa), las religiones judeocristiana e islámica, conceptos bíblicos de salvación, la ciudad de Gomorra y su destrucción por ser impura (como Gamora en *Infinity War* (2018)), la paradoja de Teseo y la resurrección de Jesús. Estas referencias, dicen, pueden ser mencionadas directamente –como pueden ser los dioses nórdicos, personajes en el universo–, o a través de historias que imitan o reinterpretan las creencias de diversas culturas y grupos.

Los encuestados, además, encontraron paralelismos con temas clásicos como la guerra contra "los otros", el hombre contra la naturaleza, y hombre versus hombre, y formatos como las tragedias shakesperianas y griegas, los cuentos de hadas (desde los Hermanos Grimm, donde un héroe es engañado y gana algo a cambio de una pérdida importante, hasta la teoría de los 32 elementos de Propp), y el camino del héroe de Jung. En este caso, los consumidores identifican una adscripción de Marvel a tradiciones narrativas, tanto en cuanto a los temas abordados, como en la forma de abordarlos.

Los consumidores de LOONA, por su parte, también nombraron referencias al entorno sociocultural contemporáneo como algunas películas, series y novelas. Entre ellas, "Dr Who", "La Pequeña Cerillera", "La Chica Que Saltaba A Través del Tiempo", "El Exorcismo de Emily Rose", "Hitchhiker's Guide to the Galaxy", "Homestuck", "Interestelar", "Winx", "El Restaurante del Fin del Mundo", "Aphrodite Means Death", películas de Disney, y el Marvel Cinematic Universe. Estas remisiones, según los encuestados, son tanto paralelismos visuales –es decir, similitudes a algunas escenas–, como reencarnaciones de ciertos personajes, relatos, y temas –visto en Kim Lip como la chica que salta a través del tiempo en

QUAERERE VERUM
Universidad de SanAndrés

su universo, y la semejanza entre Chuu en *Heart Attack* y la historia de "La Pequeña Cerillera"–. Algunos de los libros, incluso, se encuentran mencionados directamente, cuando se incluye una cita de ellos ("El Restaurant del Fin del Mundo" en *one*) o alguien lo está leyendo en un video ("Aphrodite Means Death" en *Heart Attack*).

Hay eventos y movimientos que se encuentran referenciados en el LOONAverse, como el alunizaje, el acertijo Cicada 3301, y el movimiento feminista. La forma de referencia es distinta en cada uno: el alunizaje es replicado, solo que las chicas llegan a la luna a pie; el acertijo tiene que ver con un modo de interacción con los consumidores, en tanto se vuelven detectives que intentan encontrar formas de descifrar un enigma; y el feminismo se integra al mensaje general de LOONA, ya que la misión de las chicas en el LOONAverse es construir un mundo donde todos sean tratados igual.

Otras respuestas indicaron semejanzas al contenido de otros grupos de *k-pop* como BTS, EXO, y GFriend, a pinturas de Magritte (a las que se refiere visualmente en *Heart Attack*), y teorías científicas del color y las sombras –que, en muchas ocasiones, son utilizadas para otorgarle a los personajes cualidades específicas–.

Además de las anteriores, los encuestados reconocieron referencias a culturas, religiones y mitologías, como las mitologías nórdica, del sudeste asiático, coreana, china, griega, y romana, la Biblia y el Corán, el fruto prohibido, Lucifer y ángeles caídos, filosofía oriental, tradiciones chinas, danesas, coreanas, y japonesas, Prometeo, el mito del tercer ojo, folklore coreano, leyendas británicas, y la traición de Judas. De ellas, el LOONAverse toma prestadas algunas tramas, personajes, e imágenes para construir su universo a partir de tradiciones preexistentes y que atraviesan la historia de múltiples y diversos grupos de personas.

Universidad de San Andrés

Más aún, los consumidores ven en el LOONAverse remisiones a fábulas y cuentos de hadas, reencarnando algunas de sus figuras icónicas y motivos temáticos; obras del teatro y la épica clásicos, de donde se obtienen tramas que han sido contadas una y otra vez a lo largo de la historia; y corrientes psicológicas (Freud y Jung), filosóficas (Platón), y religiosas (La Divina Comedia), de las que se extraen simbolismos y características que se otorgan a personajes y objetos del universo.

Notamos a primera vista que las personas no solo reconocen en los universos elementos cotidianos que los ubican en la actualidad, sino que además destacan menciones directas e indirectas a textos de más de un siglo de antigüedad, a veces milenios. Podemos, sin profundizar más, ya estar seguros de que, para los consumidores, el Marvel Cinematic Universe como el LOONAverse se adscriben, de una forma u otra, a los relatos clásicos y toman de ellos para nutrir su propia historia. Aunque algunas de las referencias son directas (como la mitología nórdica detrás de los asgardianos Marvel, o el Génesis en las chicas de Edén en LOONA), muchas de las otras son inferidas por quienes consumen el material.

Podría tratarse de una asociación libre por parte del público, o –en el caso de los formatos y géneros literarios– del límite máximo posible a la innovación que hay en la narratividad: uno de los encuestados menciona a Propp, quien plantea que hay una número finito de eventos recurrentes que componen todos los cuentos. Por un motivo u otro, los consumidores encuentran en el contenido de Marvel y LOONA una remisión a textos y culturas clásicos, articulados para darle algún sentido a elementos de sus universos. Queda, aún, por ver la **manera** en la que estas referencias inciden en las tramas, y lo que ello genera en los consumidores.

QUAERERE VERUM
Universidad de San Andrés

Focus groups

A continuación, presentaremos los hallazgos que emergieron de la segunda parte de nuestra investigación: los *focus groups*. En los cuatro grupos, se hicieron preguntas a modo de disparadores para dejar a los participantes charlar entre ellos. A modo de referencia, recordamos a qué grupo de consumidores pertenece cada participante mencionado en esta sección:

Marvel	CB, LN, SD, JF, AE, NA, BN, TP, CC
LOONA	AY, MG, RD, SG, MJ, TK, SA, DO, LV, GP, OC, GS, TN

En las siguientes subsecciones, recopilaremos algunos de los hallazgos que se desprendieron de las respuestas de estas personas. Se volvieron a abordar algunos de los temas de las encuestas, a la vez que se indagó más acerca del uso de referencias clásicas en el contenido.

Universo expandido, tipos de narraciones, y fuentes de consumo

Como se mencionó en la sección "Metodología", primero se les preguntó por los resultados obtenidos en las encuestas. Abordamos la importancia del universo expandido a la hora de consumir contenido de Marvel o LOONA, la presencia/ausencia de una narración definida, y el balance entre consumo de contenido oficial y contenido hecho por fans.

Los consumidores de Marvel atribuyen el alto valor otorgado al universo expandido a lo inclusivo que es, en tanto las historias que cuenta abarcan distintas culturas, realidades, e historias. SD (M) considera, incluso, que el atractivo del MCU es que devolvió la fantasía a las vidas de las personas, y considera que es el primer proyecto en lograrlo desde *El Señor de los Anillos*.

Así y todo, la mayoría de los participantes coincidió en que lo que es clave para el consumo de la historia del MCU es la presencia de una narración definida. "*That clearly defined narrative would have helped [non-fans] get into it, whereas* easter eggs *would've just been nods to the comic book folk*", dice CB (M) (M). Sus compañeras y compañeros de grupo coinciden, y lo mismo resonó en el otro grupo de Marvel. NA (M) argumenta que:

> *New viewers can easily understand what's going on* (...) *it's a relatable, understandable story* (...) B*ut at the same time, you do have to have easter eggs, references to some bigger narrative that* we *know of but not everyone knows of; a little head nod to that aspect. They balance it really well.*

LN (M) incluso considera que este recurso genera mayor valor agregado al MCU que el formato de universo expandido en sí: si la narración es lo suficientemente interesante, dice, la interconexión con otras partes del universo incluso puede no ser necesaria. Pone el ejemplo de *Daredevil*, que no formó parte de ninguno de los proyectos cinematográficos del MCU hasta *Spiderman: No Way Home* (2021), tres años después de su último episodio, y seis años después de su estreno. Para LN (M), esta serie tenía una trama tan convincente que no necesitó verla conectada al resto del universo de Marvel.

Aquella narración definida es también lo que cambia el equilibrio de consumo entre contenido oficial y contenido hecho por fanáticos. La mayoría de los participantes –por no decir todos– aseguraron que consumen el contenido oficial –es decir, la historia, las películas, las series, etc.– por sobre el contenido *fanmade*, como videos, artículos, gráficos de teorías, explicaciones y predicciones. Algunos afirmaron consumir aquellas fabricaciones de fans como un *bonus*, como una forma de emocionarse y anticipar lo que se viene, como forma de informarse y elaborar sus propias conjeturas.

Universidad de San Andrés

BN (M) considera que la claridad y certeza que brinda el recurso de la narración, central al MCU, es lo que permite a las personas elegir si desean sumar a su consumo de Marvel el contenido de los fanáticos. En otras palabras, el material es tan fácil de seguir por la nitidez de la trama que puede consumirse por sí solo, y si se consume material extra hecho por fans es por deseo de ver qué piensa el resto y nutrirse de opiniones extraoficiales. BN (M) destaca esta posibilidad de elegir: agradece que el material no sea confuso, como lo son otros contenidos, al punto de *necesitar* información externa para poder seguir el hilo y entender los sucesos en él.

Algunos participantes incluso le otorgaron un cierto tinte negativo al contenido *fanmade*, rechazando a aquellos fans que se aferran a pequeños detalles y crean fantasías que se alejan del *canon*. JF (M) considera que la combinación de las estrategias de universo expandido y narración definida crean un deseo de más y más información (y contenido), que lleva a los fans a crear sus teorías e historias para poder entender y explicar *todo* aspecto del universo. Este comportamiento, dice, puede crear un efecto bola de nieve que acaba siendo "*in detriment of the stories themselves: we saw that with Wandavision*". Generan una expectativa sobre la base de subjetividades que después puede generar desilusión, cuando el desenlace no coincide con lo que pensaron. Este contenido *fanmade* no permite ver que lo que acaba sucediendo "*was the story they were telling all along, it was simple*". Es por esta discrepancia con el *canon* que encuentran en el contenido *fanmade* que muchos prefieren mantenerse fieles al contenido oficial –aunque reconocen caer en la tentación del mundo de las teorías algunas veces–.

La reivindicación del *canon* por sobre el *fanon* resulta un punto destacable, pues, como vimos en la Introducción, el carácter creativo de los fanáticos (el contenido *bottom-up*) es una de las

QUAERERE VERUM
Universidad de San Andrés

características principales de las narrativas transmedia. En este caso, encontramos a fanáticos que a veces hacen caso omiso –o incluso fuertes críticas– a lo que otros fans producen, en pos de solo consumir el contenido oficial. Frente a la complejidad que pueden plantear algunos de los planteos del *fandom*, el *canon* funciona como una suerte de resguardo. La celebración del contenido *top-down* resulta contraintuitiva con respecto a las teorías de Jenkins y Scolari, y configura a los consumidores de Marvel como un caso interesante.

Al tratar de conjeturar acerca del porqué de aquella diferencia, podemos preguntarnos si el volumen de contenido podrá ser un factor influyente. Hasta el día de hoy, el MCU cuenta con 29 películas y 19 series televisivas –con una duración total aproximada de 99 horas (Rouse, 2022)–, y 13 videojuegos –con *playtimes* de hasta 12 horas (Franzese, 2020)–. Más aún, quienes quisieran saber más del universo de Marvel (más allá del MCU), pueden recurrir a los cómics –que son casi 30.000–. Dicho volumen implica una enorme cantidad de información, tanto narrativa como de construcción del universo, de la que las personas se pueden nutrir. Podría ser el caso de que haya data suficiente para que solo eso baste. Más adelante volveremos sobre esto al compararlo con nuestro otro caso de estudio.

Ahora bien, en los grupos de LOONA encontramos algo distinto. Respecto al porqué del peso que tiene el LOONAverse para muchos consumidores, AY (L) opina que "*LOONA's one of the first groups (...) to really invest in their lore (...). LOONA's kept the plot going*". Destaca –y su grupo concuerda– el esfuerzo puesto en construir una historia duradera y global, y considera que este es el valor agregado que vuelve al grupo más interesante y único. Ahora bien, SA (L) y LV (L) consideran que, además del esmero visible por brindar un producto de calidad, la característica que vuelve atractivo el LOONAverse para distintos tipos de personas es que se propone como opcional para el consumo de LOONA:

> *What is really appealing to people is that it's really open: it's there, but if you don't want to go into it too much, you can. So, you can just go a little bit, and understand just a little of it, and still get a lot of it and enjoy LOONA more. Or you can go deeper into it, make your own theories. It being up for interpretation is a big part of it.* (SA (L))

> *You can talk about it in a lighthearted way. It's not too intense* (...) *and people can consume it at their own pace.* (LV (L))

Más aún, MG (L) resalta la falta de narración definida en el universo expandido de LOONA como otra de sus fortalezas, sobre todo comparado con otros grupos. Considera que se trata de una historia contada de a poco, a través de detalles y pistas que unen los videos, letras, coreografías, y posteos de redes sociales. Ambos grupos marcaron una tajante diferencia con Aespa, otro grupo de *k-pop* que incursiona en la construcción de un universo expandido, pero que lo hace a través de una historia más definida y explicitada en videos y letras. SG (L) y LV (L) llaman al método de Aespa "*story*", mientras que el método de LOONA es "*lore*" y "*worldbuilding*". Tanto ellos como MG (L) consideran que el *approach* del LOONAverse es más interesante, en tanto genera deseo por ver más, pues no está todo dicho, sino que se necesita más y más para poder comprender ese mundo. Aespa, en cambio, agobia con su contenido.

Aunque AY (L) opina que la historia general –esa narrativa transmedia que se compone de las diferentes partes menores– es el motor principal del LOONAverse, muchos de los otros participantes difieren y le otorgan este rol a los detalles. DO (L) argumenta que la repetición de simbolismos y motivos es lo que –inadvertidamente– ayuda a construir una base de

comprensión que establece las reglas del universo; como un cimiento para entender por qué las cosas suceden de una forma u otra.

Para la mayoría de los participantes, esta estrategia funciona para LOONA porque logra crear una comunidad de fanáticos centrada en hallar dichos cimientos y generar explicaciones que aten los cabos de un universo incierto e impreciso. RD (L) nombra a esta característica la "*secret weapon*" de LOONA: que todo esté abierto a la interpretación de los consumidores los vuelve personajes activos en un universo donde no hay conjeturas erróneas, pues no hay un narrador o creador que desmienta o confirme sus sospechas directamente.

SG (L) opina que "*almost nothing is official, everything is up in the air for the fans to discuss*". OC (L) le asignó una misión a los fanáticos: "*it's up to us to create the story*". SA (L) ubicó a los fanáticos como los creativos que cargan con el peso de dar sentido a la historia, pues "*there's not many official ways of interacting with the lore*".

Frente a estas afirmaciones, GS (L) y LV (L) expresaron su desacuerdo parcial, en tanto no consideran que se trate de un mérito exclusivo de los fans, sino que es un trabajo en conjunto con los creativos y la compañía discográfica (BlockBerry Creative). Reconocen que esta creencia de que todo el peso explicativo lo tiene el contenido *fanmade* se debe a una dificultad para encontrar algunos de los contenidos: muchos de los videos (no musicales) relacionados con el LOONAverse fueron mostrados al público una sola vez y jamás fueron subidos a páginas oficiales, sin explicación por parte de la compañía.

"*When you don't have much to work with, those [official videos] fill in the gaps*", añade LV (L). Sostiene que muchas de las conexiones entre personajes y tramas del LOONAverse solo pudieron hacerse gracias a aquellos contenidos oficiales "perdidos". Opina que el contenido

oficial está desprestigiado porque BBC dejó de crear nuevo contenido dedicado exclusivamente a la expansión de la historia, y jamás publicó los que sí existen –por motivos que los consumidores y los fanáticos, al día de hoy, desconocen.

Más allá de este tipo de discusiones y desacuerdos, existió un consenso en los grupos en torno al rol de los fanáticos: RD (L) propone a los *orbits* (fans de LOONA) como coautores. Según los participantes, las teorías, predicciones, conjeturas y explicaciones *fanmade* juegan un papel central en la construcción del LOONAverse, y son parte de la propuesta de valor de LOONA.

Volvamos a la cuestión del volumen de contenido que señalamos para Marvel. Dos párrafos atrás, citamos a LV (L), quien opina que "*you don't have much to work with*" en el LOONAverse. Este caso es diametralmente opuesto al del MCU, con sus más de 100 horas de contenido. El LOONAverse cuenta con 29 videos musicales, y 20 pequeños videos o *teasers*. En total, suman alrededor de dos horas y media de largo. Si, además, le sumamos el hecho de que no cuenta con una narración definida, nos encontramos con un contenido mucho más corto y narrativo que el de Marvel. La notable diferencia podría darnos un indicio de la importancia que tienen los fans como creadores de contenido en el caso de LOONA, pues son sus creaciones *bottom-up* las que ayudan a comprender el universo. Los consumidores del LOONAverse se corresponden mucho más con las teorías de Jenkins y Scolari sobre los públicos activos de las narrativas transmediáticas: el *fanon* es celebrado porque el *canon* no alcanza. Quizá allí recae la diferencia entre los dos grupos de consumidores.

Si, en cambio, exploramos ciertas similitudes entre Marvel y LOONA, notamos un cierto consenso entre los participantes de los cuatro grupos acerca de un factor que contribuye a la popularidad de los productos y el éxito para conseguir consumidores leales: el uso de

estructuras e historias conocidas por la mayoría de las personas. MG (L), AE (M), y GP (L) reconocen en LOONAverse y el MCU un juego o diálogo constante con saberes y referencias universales, fórmulas narrativas establecidas –como el camino del héroe, aquel que se refiere a la estructura típica en la que un héroe sale de la rutina para aventurarse en un mundo con desafíos extraordinarios, donde vence a poderosas fuerzas y logra una victoria decisiva, para luego volver de su misión con conocimiento para compartir (Campbell 1949, p. 23)–, y "*stories that you already know*", para generar una seguridad en la audiencia y atraer a gente de trasfondos culturales diversos.

El uso de referencias

Los participantes de los grupos de Marvel reconocieron una tendencia hacia la inclusión de referencias tanto explícitas como implícitas. BN (M) y LN (M) llamaron "explícitas" a las que nosotros llamamos "referencias directas" en nuestra encuesta, es decir, a aquellas que se establecen en voz alta y con mención directa a la fuente original. En términos de Fairclough (1995), se trata de intertextualidad manifiesta. Estas, dicen, se refieren a elementos del entorno sociocultural contemporáneo, como menciones a películas, memes, situaciones sociopolíticas actuales y tendencias, entre otras. LN (M) le otorga a este recurso la habilidad para "*bring Marvel down to Earth*", característica que resuena en las palabras de BN (M): "*they make the world seem more realistic*". Estas opiniones reafirman lo que los postulados de Wolf (2014, 2016) sostienen acerca de la incorporación de elementos del mundo real que generan familiaridad y facilitan el consumo.

BN (M) reconoce, además, un valor en este tipo de referencias, en tanto pueden ayudar a hacer un guión menos engorroso. Considera que la mención explícita a este tipo de contenido, conocido y fresco en la mente de la audiencia, evita tener que dar explicaciones sobre algunos

temas y tramas. Se corresponde con la noción de enciclopedia de Eco (2009), en tanto el recurso se nutre de un sistema mayor donde están registrados todos elementos que tienen significado para una cultura, y para las personas individuales de esa cultura. El contenido toma aquellos saberes colectivos y, mediante referencias, los integra a la trama para volver al mundo ficcional reconocible, semejante a la cultura comprendida por esa enciclopedia.

El tipo de remisión al que se refieren los fans de Marvel no parece encontrarse en LOONA: RD (L) se detiene para aclarar específicamente que a su parecer este grupo hace referencias mayormente clásicas, y no del entorno sociocultural contemporáneo. Sus compañeros de grupo concuerdan, e incluso marcan una diferencia específica con contenido como el de Marvel, al que acusan de banal, con referencias que pierden relevancia rápido y no pueden ser apreciadas de la misma forma una vez que pasa el tiempo.

Además del explícito, el otro tipo de referencias mencionado por BN (M) es el implícito. Por tal se refiere a aquellas referencias que tienen que ver con similitudes (normalmente inconfundibles) a tramas clásicas –menciona la Odisea y la Biblia–. JF (M) habla de esta categoría como una referencia a "*storytelling history that's universal*", a argumentos conocidos y reconocibles que organizan la narrativa en las cabezas de las personas porque son historias familiares que han sido contadas una y otra vez. También nombran la referencia a estructuras que se repiten por pertenecer a un mismo género –nuevamente, en concordancia con lo propuesto por Marazi (2020)–, o lo que Fairclough (1995) llamó "intertextualidad constitutiva".

El LOONAverse, por su parte, parece valerse más de las referencias a textos clásicos, según los participantes. Sin embargo, a diferencia de Marvel, estas referencias clásicas no se ven limitadas a la dicotomía explícito-implícito. Los participantes notan que este tipo de historias

Universidad de San Andrés

aparecen en el mundo de LOONA a través de menciones directas y abiertas (la existencia de Edén como un submundo dentro de ese universo, por ejemplo), y también de similitudes en términos de desarrollo narrativo y puesta visual. En el caso del LOONAverse, a diferencia del MCU, las referencias clásicas entran tanto en la categoría de intertextualidad manifiesta como en la de intertextualidad constitutiva.

Cuando desarrollamos los *focus groups*, nos detuvimos en esta cuestión de las referencias clásicas para discutir el porqué de su inclusión, y las consecuencias que pueden llegar a tener tanto sobre la trama como sobre los espectadores.

Los consumidores de LOONA le otorgaron a esta herramienta una función que los de Marvel le habían asignado a las menciones al entorno sociocultural contemporáneo:

> *When it comes to yyxy* [subgrupo dentro de LOONA]*, BBC didn't need to tell us the whole story of the Bible to be able to tell us these girls were in Eden, and then they fell from Eden. We know that story already, we are familiar with Adam and Eve, Heaven and Hell, God* (...) *BBC doesn't need to waste any time telling us what that is or even building that world,* (...) *they just have to tell us and we already have so much knowledge with that simple statement. We know what leaving Eden means just from that story from the Bible. That's why these outside references do so much to move this lore.* (AY (L))

AY (L) le asigna a las referencias el poder de hacer el "guión" más sencillo, como BN (M) mencionó antes. Se trata de una simplificación que, en el caso de LOONA, parece ser clave para el avance de la trama y la comprensión rápida de los temas por la ya mencionada cuestión del formato: se trata de un contenido cuyo medio principal es el video musical, un

espacio donde (al menos en el caso de LOONA) no se intercambian palabras que no pertenezcan a la canción. Incluso los videos específicos al LOONAverse que se mencionaron previamente son silenciosos, sin diálogo. AY (L) y SA (L) consideran que este recurso es usado como "*shorthand*", es decir, como una forma corta, en código, de decir algo más largo. Encontrar recursos que proporcionen la mayor cantidad de información lo más rápido posible, dicen, se vuelve imperativo para este universo, en tanto "it's music videos, not books, you need to speed things up" (SA (L)).

Así, a un código que funciona solo a través de pistas visuales, se le suman elementos que son "*helpful to piece the story together, they're something to draw from*" (AY (L)). Ellos ayudan al avance de la trama, para explicar cómo va la historia y construir una ruta para llegar a un clímax, según GP (L).

Se planteó, además, a las referencias como otorgadoras de "*substance*" (LV (L)): no solo atan los cabos de la historia y la organizan, sino que además le añaden capas de profundidad al desarrollo de los temas y, sobre todo, de los personajes –opinión con la que GP (L) concuerda fervientemente–. Esta idea está de acuerdo con el planteo de Galvan Maccari (2018) de que, luego de que BBC confirmara que las referencias tienen un peso después de *Heart Attack*, los fans comenzaron a prestarles más atención, y a valorar sus aportes a la trama. Esta función se corresponde con el planteo de MJ (L) de que una de sus tareas es la de establecer relaciones con arquetipos –entendidos por MJ como personajes modelo que cuentan con cualidades reconocibles y diferenciables– que hacen que las personas piensen: "*we have to pay attention*", pues se les está otorgando a los personajes del LOONAverse las mismas características que las de estos arquetipos.

Universidad de San Andrés

MJ (L) hace alusión a la presentación visual y textual de LOONA ODD EYE CIRCLE (subgrupo de LOONA, como se mencionó en la sección "Introducción") como una trinidad de diosas superpoderosas, comparables a Hécate, la triple diosa griega. De la misma forma, la figura de Yves (miembro de LOONA) –cuyo nombre suena como Eve, o Eva en inglés– es la que ocupa el rol bíblico de su tocaya, y es quien tienta a otras de las chicas y les otorga los frutos prohibidos. Olivia Hye (miembro de LOONA) es presentada, por su parte como Lucifer o el ángel caído y traicionado, mediante referencias a ángeles a través de plumas caídas de sus alas, el cuento de "El Patito Feo", y a una "Creación de Adán" de Miguel Ángel en la que Dios aleja su mano de Adán. Las referencias a estos arquetipos, según MJ (L), ayudan a asignar roles a los personajes a través de imágenes clásicas y a desarrollar sus características principales, que rigen cómo se comportan en el LOONAverse.

Uno de los factores que otorgan valor a este tipo de referencias para los consumidores, dicen, es el hecho de que los textos clásicos conllevan un nivel de análisis extenso y profundo ya hecho por muchos a lo largo del tiempo: se trata de textos tan establecidos en las culturas y la memoria popular que, si se desea saber más de ellos, el conocimiento es fácilmente accesible. Participantes como AY (L), SA (L), SG (L) y OC (L) encuentran incluso cierto valor en toparse con referencias que no conocen, en tanto funcionan como disparadores para educarse, aprender más e ir en busca de nuevos saberes. Valoran, una vez más, que no esté todo tan desplegado explícitamente (nuevamente, en comparación con grupos como Aespa).

TK (L) encuentra valor en esta multiplicidad de referencias de múltiples campos de conocimiento en tanto hay algo para todos: aunque una persona no sepa mucho sobre la Biblia, seguramente sepa más sobre otro de los textos o relatos referenciados. RD (L) reconoce en esta propuesta uno de los motivos detrás del éxito de LOONA:

QUAERERE VERUM
Universidad de San Andrés

> *fans* have *to find each other* (...) *some people might be more well-versed in dream theory, Möebius theory, color theory than others, and it helps build this tapestry* (...) *And you get to pick and choose which theory to subscribe to, so the fans have more ownership of the content, instead of just being told what everything means*.

Volveremos a esta cuestión del *fan ownership* más adelante. Parecería quedar claro, entonces, el peso que los consumidores de LOONA reconocen en el recurso de las referencias clásicas como asignador de roles, motor de la trama, conector de fanáticos (y, por tanto, constructor de comunidades), disparador de aprendizaje y facilitador de la construcción del universo.

Veamos, ahora, lo que los consumidores de Marvel opinaron sobre el mismo tema. Cabe aclarar que, desde un principio, ambos *focus groups* de Marvel fueron más acotados a la hora de hablar de las referencias clásicas. Esto podría deberse a la diferencia ya marcada entre referencias explícitas e implícitas, puesto que mencionaron que estas últimas pueden ser *muy* implícitas, o pueden referirse más bien a géneros narrativos –en términos de Marazi (2020)– que a historias particulares. Quizá, también, podríamos haber estado en lo correcto al pensar en un uso más abstracto de referencias a historias clásicas en el MCU, con los superhéroes como reencarnaciones de mitos y leyendas, más que replicadores de sus historias.

Así y todo, participantes como JF (M) explicaron que encuentran en el uso de referencias clásicas una forma para que los creadores logren fácilmente que el espectador se sienta a gusto: a través de tramas familiares. Esta conjetura se corresponde directamente con la teoría de los *tropes* de Goodman (2015), esos recursos narrativos que se presuponen conocidos por las personas, por lo que les otorgan una sensación de familiaridad y seguridad. Las llama "*things that are already second nature*", que de alguna forma están "grabadas" en la memoria de las personas. Argumenta que, para él, gran parte del objetivo de las películas en general es

entretener y lograr que las audiencias se sientan a gusto, de modo que sigan consumiendo ese material. Es clave, entonces, proporcionarles historias con las que se puedan identificar y que cuajen con sus ideas de cómo se desarrollan las tramas narrativas.

Esta idea resuena en el otro grupo también: CB (M) opina que generar historias de fácil comprensión es central para una franquicia cinematográfica, a lo que LN (M) añade que se trata de un proceso de "*boiling things down to classic concepts*". Atribuyen a las referencias clásicas una función más bien pedagógica, en cierto sentido, puesto que las presentan como ayudas para que la trama no se vuelva demasiado compleja ni ajena para los espectadores.

TP (M) plantea otro uso posible para las referencias, al referirse a ellas como una herramienta de legitimación para el contenido. Aquí, el foco está puesto más bien en la integración de relatos clásicos como eventos históricos en el MCU. TP (M) menciona la idea de que, en el MCU, los asgardianos de la mitología nórdica en verdad son alienígenas tecnológicos y mágicos en vez de dioses, o de que civilizaciones antiguas como Babilonia o Egipto recibieron influencia de los Eternals (una raza de superhéroes). Lo que propone es que, para Marvel, las referencias a conceptos mitológicos o leyendas muchas veces funcionan como puntapié para explicar la forma en la que sus superhéroes se desenvuelven, a la vez que ayudan a ubicar la historia del MCU en un mundo lo más semejante al nuestro posible. Así, los mismos mitos que existen para nosotros existen para ellos, pero se explican de formas distintas: resuena con la idea de que las referencias en Marvel funcionan para acercar la historia al mundo real.

Más allá de la lista más escueta, en comparación a la de LOONA, ambos grupos de Marvel destacaron que entienden el uso de las referencias por parte de los creadores desde una perspectiva de lo "*timeless*", es decir, reconocen que "*these stories last so long for a reason*"

Universidad de San Andrés

(NA (M)). En una mención a *Thor*, AE (M) comentó que hubo mucha discusión acerca de la semejanza de la trama con una obra shakesperiana, y opinó que (más allá de una valoración positiva o negativa de cómo se traduce esa estructura a ese personaje) tiene valor en tanto retoma cuestiones que las personas ya conocen y siguen igual de vigentes. Al igual que cuando mencionó el uso repetido del camino del héroe en Marvel anteriormente, se refirió a una cierta sensación de seguridad en el espectador cuando el contenido alude a clásicos.

Aunque ambos grupos de consumidores reconocen en el contenido referencias a relatos clásicos de diversa índole, hemos puesto en evidencia, a partir de los *focus groups*, que las relaciones que el LOONAverse teje con ellos parece ser más fuerte, y de una dependencia mayor. Dado su formato sin diálogo, con énfasis en lo visual, las referencias funcionan como un código que permite contar una historia partiendo de una base que todos conocen y que no requiere mayor explicación. En Marvel, en cambio, este vínculo parece ser funcional a mantener un lazo realista y pedagógico con la audiencia, en tanto propone un universo en el que aquellos relatos clásicos también tienen vigencia, y los pone en uso para asegurar que las personas comprendan el contenido y se sientan cómodos al consumirlo.

A continuación, abordaremos el último de los temas de los *focus groups*, aquel que refiere a la forma en la que estas referencias a textos clásicos o populares pueden generar expectativas en los consumidores, y cómo ellos pueden reaccionar ante una eventual subversión de ellas.

Referencias y expectativas

La sección final de los *focus groups* giró en torno a las expectativas que las referencias pueden generar. En los grupos de Marvel, no hubo quien respondiera que siente que este recurso efectivamente genera expectativas y una sensación de confianza para predecir lo que

podría suceder después. No resulta muy sorprendente, en tanto, como ya se vio, las alusiones a los relatos clásicos no parecen ser una herramienta central ni muy distintiva de Marvel, y su uso es más bien funcional para el espectador, y no tanto para la trama. Hay menciones a los géneros clásicos –recurso elaborado por Marazi (2020), como se presentó en la Introducción–, como las épicas, y como uno espera que al final ganen los héroes, pero no más que eso.

NA (M) afirma que jamás esperaría que Marvel siga el mismo camino que sigue un relato al que haga referencia, pues lo cree demasiado obvio. Ahora bien, aunque no se indagó más en la sesión, podríamos preguntarnos si esperar que el final "obviamente" vaya a ser diferente no es, en sí, una expectativa que se desprende de la forma en la que Marvel utiliza el recurso de las referencias. Quizá, que una trama siga al pie de la letra lo que sucede en una historia anterior sería una subversión interesante.

En LOONA, hay menor consenso sobre el tema. AY (L) posiciona a las referencias como una suerte de guía en la etapa temprana del LOONAverse, como fuente de indicios de los próximos pasos que va a seguir la trama. Habla exclusivamente de la etapa temprana, porque siente que desde *love4eva* (el último video musical de la etapa llamada "*Predebut*", previo a que todos los subgrupos de LOONA se unan por primera vez y formen un solo grupo entero), la construcción del universo no se ha valido de referencias como solía hacerlo, porque el mundo ya está construido y las bases están sentadas.

Respecto a la idea de las referencias como guía, DO (L) reconoce una fuerte influencia de este recurso en la forma en la que construía el universo ficcional en su cabeza. Hace mención a Olivia Hye y su historia, y a cómo, en su video *Egoist*, parece darse a entender que será la oveja negra en su mundo, y que se tratará de una suerte de villana, distinta al resto de las

chicas, a partir de las antedichas referencias a “El Patito Feo”, “La Creación de Adán” y Lucifer, entre otras. Por lo tanto, cuando vio ese video, asumió que la próxima vez que la viera, sería en este papel, es decir, se le generó una expectativa. En el caso de Olivia Hye, así fue que en *love4eva* acabó siendo la marginada, a quien dejaron atrás para sobrevivir por su cuenta, y la expectativa fue cumplida.

El disenso viene de parte de personas como SG (L), MG (L), y LV (L), quienes opinan que la herramienta no genera expectativas ni ayuda a las predicciones. MG (L) opina que ayuda a poner a los consumidores en contexto, es decir, solo le otorga las funciones ya mencionadas de desarrollo de trama y construcción de personajes. Se trata de sentar las reglas para que lo que suceda este contextualizado. Por su parte, LV (L) dice que no predice con base en las referencias, sino que las mira en retrospectiva una vez que ha visto el contenido nuevo. Busca continuidades con elementos de la trama anteriores y referencias que siguen vigentes. No se trata de esperar que haya dicha continuidad, sino de sorprenderse al encontrar que la hubo.

OC (L) reflexiona que puede ser muy difícil elaborar predicciones y expectativas concretas con LOONA por la forma en la que BlockBerry Creative crea su contenido. Al terminar la promoción de un video musical, inmediatamente suelen publicar un pequeño adelanto de lo que sigue, pero ese adelanto está filmado apenas después de que se termina de filmar el video anterior, y meses antes de que se empiece a trabajar en el siguiente, por lo que muchas veces en ese tiempo se cambia de rumbo rotundamente. Aferrarse a las expectativas termina siendo desalentado por el ritmo de creación del contenido.

Por último, nos ocupamos de la cuestión de la subversión de las expectativas, y la reacción que puede obtener de los consumidores. En los grupos de Marvel, en contra de lo esperado, las respuestas indicaron que las personas no solo no se ven molestas por la subversión de las

QUAERERE VERUM
Universidad de San Andrés

expectativas, sino que además lo alientan en muchos casos. "*The reversal of expectations is a narrative strategy, it's interesting and becomes exciting: new narratives can arise from breaking away from the original stories*", "defraudar" las expectativas vuelve al contenido algo original, y no una "*mere adaptation*" (JF (M)). Esto resuena con el postulado de Walton (2009) sobre las referencias como un punto de partida, y no una adaptación fiel y estática. Se trata de una remisión que abre las puertas para jugar con el texto original.

LN (M) plantea que muchas veces las expectativas son creadas como un "*red herring*", es decir, una cortina de humo que despista a los espectadores, para acabar dando un giro inesperado –suceso que LN (M) celebra–. Opina que Marvel es muy consciente de las expectativas que genera, y que es bueno jugando con ellas.

Ahora bien, hay límites según los participantes. CC (M) estima que con que un 50% de la historia original sea respetado, la subversión está aceptada. Ahora bien, una falta de respeto demasiado grande a la fuente, opina, podría generar una incomodidad en el espectador. LN (M), en su grupo, concuerda con que hay subversiones innecesarias que pueden cruzar el límite –límite cuya ubicación no sabe con certeza, pero opina que Marvel lo transita bien–.

Tanto SD (M) como BN (M) opinan que lo importante es *cómo* se lleva a cabo: tiene que tener sentido para la historia y el personaje en su totalidad. En tanto se trate de un cambio con intenciones genuinas, con cierto nivel de respeto por la obra original –y no un giro por el mero hecho de sorprender–, puede ser una buena decisión. Los participantes del *focus group* dicen disfrutar tanto del cumplimiento como de la subversión de las expectativas.

La opinión en los grupos de LOONA fue bastante similar, por no decir idéntica. TN (L) cree que no cumplir con lo predicho puede emocionar a los fans, y aumentar el interés por saber

Universidad de San Andrés

cuál será el próximo paso, para saber qué sucedió con ese "*twist*" que no se veían venir. SA (L) considera que este recurso sienta las bases para algo innovador, algo nuevo. DO (L), al igual que JF (M) en Marvel, reafirma que se trata de una historia propia, única, y que la subversión le recuerda a los consumidores de que las referencias son eso, referencias, y no promesas de un "*remake*" exacto del texto original. "*Subversion is what makes LOONA, LOONA*", afirma LV (L): se construyeron como un grupo "*known for breaking standards*".

A la vez, también marcan límites: TN (L) opina que, una vez que una referencia haya cumplido su propósito de construcción, puede ser cambiada sin problema, y SA (L) añade que lo importante es que la referencia se haya establecido claramente. Es decir, una vez que queda en evidencia que, por ejemplo, las chicas de LOONA yyxy hacen alusión al Edén y al fruto prohibido –el vínculo queda indiscutiblemente instituido y, en términos de intertextualidad, el objetivo central de establecer un diálogo con un texto anterior fue cumplido–, pueden alejarse de la historia original. Aunque valoran los cambios, requieren primero que se sienten bien las bases. GP (L) y LV (L), además, concuerdan (sin saberlo) con los consumidores de Marvel en que una subversión es adecuada en tanto contribuya a reforzar el mensaje de la historia en su totalidad.

Ahora, lo que añaden ambos grupos de LOONA es la cuestión de los fans y su reacción colectiva. Según MG (L), las expectativas no acaban siendo un problema para el grupo de fans (*fandom*):

> *Anything that comes out, people are gonna try to connect it, and it's not that hard since the story is vague. Even if the creators didn't think of it as a connection, people are gonna find a way to relate it to the storyline because it's based on the collective effort to create that storyline*.

La idea de que no hay decepciones muy grandes por la facilidad para hallar nuevas formas de conectar todo lo que sucede resulta sumamente interesante, a la vez que confirma nuestra hipótesis sobre este grupo de fans: no hay un enojo o un descontento cuando algo no parece encajar a primera vista con las expectativas porque, tarde o temprano, alguien va a encontrar una forma de enlazarlo con lo que venía sucediendo. Es más, DO (L) sostiene que cuando no se cumple una expectativa basada en las teorías de los fanáticos, no solo es interesante, sino que además termina generando todavía más teorías que intentan explicarlo, y aumenta el atractivo del universo.

Es aquí donde DO (L) encuentra el valor de la falta de una narración definida: "*when a project feels very complete, there's not as much of a fandom because the fans don't feel like they can't participate in anything; but when they feel incomplete, the fans step in and try to fill in the gaps, there's a lot more back and forth*". Considera que esta sensación de imprecisión que MG (L) destacaba es lo que logra que LOONA sea un éxito, con tantos fans dedicados a hacer su universo crecer. He aquí, una vez más, el poder de atracción que RD (L) ve en el *fan ownership* del contenido de LOONA.

Existe, sin embargo, una aversión por quienes llevan la búsqueda de conexiones demasiado lejos, similar a la que encontramos en los consumidores de Marvel que miran con ojos críticos a los fanáticos que fantasean en exceso, aferrados a pequeños detalles, y crean teorías que se alejan demasiado del *canon*. AY (L) otorga una connotación negativa a quienes interpretan de más, en vez de aprender a mirar las partes más obvias, gente que se centra demasiado en los detalles minúsculos y "*can't find the plot*". AY (L), anteriormente, había expresado que sentía que muchos fans no valoraban la historia general, y creían que el LOONAverse eran solo puros detalles. A este punto de vista se sumó RD (L), quien también observó que hay fans

Universidad de San Andrés

para quienes el subtexto es más importante que la trama en sí, y buscan hilar demasiado fino. Ninguno dice que lo que hacen está mal, pues, una vez más, el LOONAverse es lo que cada uno quiere que sea, pero argumentan que puede volverse tedioso.

Al igual que con Marvel, este último punto resulta contraintuitivo frente a las características típicas de una narrativa transmedia, donde el *fanon* se celebra. Se vuelve incluso más interesante y contradictorio cuando pensamos en el valor que, usualmente, este *fanon* tiene en el LOONAverse. Sería interesante estudiar en mayor profundidad cuál es el umbral que se debe cruzar para que los contenidos *bottom-up* se vuelvan demasiado alejados del *canon*, incluso para los propios fans.

En resumen, en ambos grupos de consumidores parece recibirse con brazos abiertos la innovación y la sorpresa que conllevan una subversión de las expectativas, siempre y cuando se haga con la integridad del universo en mente y no se le falte el respeto al texto original. Cada grupo cree en aquello que consume, y confía en que sus creadores son capaces de (sin saberlo) cumplir esta serie de reglas que los fans establecieron.

Se destaca, además, en el caso de LOONA, la consciencia del propio grupo de que está todo abierto a la interpretación y que siempre habrá formas de encontrar soluciones a la decepción cuando algo no sale como se esperaba. Eso sí, llevarlo a un extremo de buscar conexiones muy rebuscadas y obviar lo más simple –eso que está frente a los ojos– puede ser mal visto, y tildado de fastidioso.

Universidad de San Andrés

CONCLUSIÓN

QUAERERE VERUM
Universidad de
SanAndrés

Conclusión

Al comenzar esta investigación, planteamos que encontrábamos en Marvel y LOONA dos casos de narrativas transmediáticas muy distintos en términos de sus medios, su extensión, su volumen de diálogo, su estilo de narración, su vínculo con sus consumidores y su uso de referencias.

Por un lado, el Marvel Cinematic Universe (o MCU) tiene una impronta más tradicional, en tanto se construyó con base en formatos como películas, series, y videojuegos, como muchas de las narrativas transmedia estudiadas por Jenkins (2003, 2006, 2008, 2009, 2010, 2015) y Scolari (2013), entre otros. La literatura alrededor de su estrategia narrativa se centró en su capacidad, pionera por su dimensión, para articular más de 60 proyectos –que podrían funcionar independientemente– dentro de una misma historia compartida. Se destacó su habilidad para anticipar futuras tramas y personajes con años de antelación, su plasticidad para adaptarse a nuevos formatos, su longevidad, y su imparable éxito comercial.

Por otro lado, LOONA, un grupo de pop coreano, apostó por una estrategia transmediática menos convencional, y no solo por su rubro –puesto que otros grupos como Aespa se adhirieron a estrategias más tradicionales–. El LOONAverse apostó a formatos como videos musicales, letras de canciones, descripciones de videos en YouTube, y clips y *teasers* adicionales. La literatura sobre su transmedialidad es muy escueta, pero Galvan Maccari (2018) destacó su habilidad para cargar su universo de simbolismo (desde las descripciones de los miembros hasta los objetos de fondo en los videos musicales), su uso de textos externos para otorgar significados a sus elementos sin decir ni una palabra, y el vínculo que estableció con sus fans, a quienes alentaba a meterse de lleno y construir el mundo desde su perspectiva.

Universidad de San Andrés

En este último punto es donde LOONA y Marvel difieren: mientras el LOONAverse se nutre enormemente de la contribución de fanáticos, pues no existe mucha explicación de cómo se organiza la historia por parte de los creadores, en Marvel, la mayor parte de la trama está explicitada en su contenido, con diálogos y narraciones que establecen los vínculos entre los personajes, y en los objetivos en cada proyecto. En otras palabras, en LOONA, el *fanon* –entendido como las contribuciones hechas por fans, sean tramas, características de personajes, o conexiones– cobra una importancia superlativa para poder reconstruir la historia del LOONAverse, pues la información *top-down*, es decir, proporcionada por los creadores, es limitada y fragmentada, repartida a través de pistas sutiles e *easter eggs*.

En Marvel, en cambio, el *canon –i.e.* el contenido oficial– es el que tiene autoridad sobre los hechos que ocurren en el MCU. Esto no quiere decir que no existen iniciativas *bottom-up*, creadas por fans: Moon (2008) relató el surgimiento de narrativas críticas al MCU por su falta de inclusión femenina y *queer*, plasmadas en textos del *fanon* que cobraron importancia mediática y ejercieron presión sobre el estudio detrás del MCU. Así y todo, la mayor parte de la articulación del universo es impulsada por los guiones de los creadores.

QUAERERE VERUM
Universidad de
SanAndrés

En gran parte, la elaboración del *fanon* explicativo del LOONAverse se basó en el reconocimiento de referencias a textos externos, como novelas, mitos, cuentos, pinturas y teorías científicas. Marvel, por su parte, cuenta con referencias a sucesos políticos, memes, hitos históricos, eventos bíblicos, dioses nórdicos y literatura clásica. Esto está relacionado con el carácter intertextual de ambos universos.

A partir de nociones como intertextualidad, alusión, intertextualidad manifiesta, e intertextualidad constitutiva, elaboramos una categoría operativa, la de "referencia". La entendimos como remisiones a textos anteriores que, de ser conocidas por los consumidores,

enriquecen la experiencia y permiten entender la mayor cantidad de detalles presentes en el contenido y, así, poder conocer el universo en su totalidad. Añadimos la cuestión de las referencias como punto de partida desde Walton (2009), pues estas no son utilizadas tan solo como una recreación de textos anteriores, sino que establecen un paralelismo a partir del cual se puede innovar hacia nuevas propuestas que agreguen valor al universo.

Al hacer una revisión de la literatura que se encargó de analizar la intertextualidad en Marvel, encontramos que había artículos y libros que estudiaron las referencias a otros proyectos dentro del MCU para establecer conexiones que conformen el universo, a temáticas del entorno sociocultural contemporáneo para otorgarle un tinte realista, y a géneros narrativos, es decir, remisiones que integran el texto actual a una tradición con reglas específicas (y familiares tanto para autores como para consumidores). Más aún, Marazi (2020) planteó que todas estas referencias generaban en los consumidores un horizonte de expectativas sobre el futuro de la trama. Sin embargo, casi ninguno de ellos hacía mención a las referencias a textos clásicos, aun cuando sabíamos que estas existían (como en el caso más evidente de Thor).

En el caso de LOONA, la escasez de análisis en torno a las referencias clásicas no tenía que ver con una falta de atención a este tipo de referencias, sino con una falta de literatura sobre el grupo en sí. Galvan Maccari (2018) se detiene brevemente en las referencias clásicas, pero no hay más textos que el suyo que aborden LOONA como fenómeno transmediático y/o intertextual.

Con base en la identificación de este terreno sin analizar, y a partir de las conclusiones a las que llegaron otros autores acerca de las funciones que cumplen los otros tipos de referencias, formulamos las siguientes preguntas de investigación:

QUAERERE VERUM
Universidad de San Andrés

RQ1: ¿Qué vínculo establecen los universos de LOONA y de Marvel con los textos clásicos?

RQ2: ¿De qué forma pueden las referencias a estos textos clásicos contribuir a la creación de expectativas en los consumidores?

RQ3: ¿Qué reacción puede generar una subversión o incumplimiento de estas expectativas en los consumidores?

Luego, planteamos respuestas tentativas en formato de hipótesis:

H1a: El LOONAverse se vale de referencias explícitas y manifiestas a textos clásicos como facilitadoras para la comprensión de su compleja trama, pues no cuenta con diálogo ni con tramas relatadas en detalle por sus creadores. Las referencias permiten insertar historias largas sin tener que contarlas desde el principio, pues ya son conocidas por muchos.

H1b: El MCU hace referencia a textos clásicos de forma mayormente indirecta (salvo ejemplos como el de Thor), y propone a los superhéroes como reencarnaciones de los personajes mitológicos. Incorpora este recurso más bien para enriquecer su trama con temas eruditos y guiños que las personas puedan reconocer, y no tanto para ayudar a contar la historia. La razón tal vez sea su gran volumen de contenido, que le permite otorgarle a cada parte menos peso narrativo, pues sus tramas son ricas en diálogo y extensas en tiempo, por lo que no necesitan hallar atajos para contar sus historias.

H2: Las referencias a los relatos clásicos generan una familiaridad que ubica a los espectadores en una situación conocida, entonces saben qué esperar al final porque es la misma historia que se viene contando hace siglos. Puede haber sorpresas en el camino, pero se generan expectativas estables basadas en los relatos que los consumidores ya conocen.

Universidad de San Andrés

H3a: Para LOONA, la falta de explicación detallada de su narrativa y el consecuente poder de los fans para controlar cómo la interpretan ocasiona que un alejamiento de lo familiar no genere enojo, sino nuevas interpretaciones que complementen, de una forma u otra, las teorías existentes.

H3b: Para Marvel, en cambio, el recurso de subvertir expectativas puede generar descontentos muy grandes de los fans, que han sido críticos fuertes en el pasado. Un giro inesperado, distinto a lo que muchos esperaban o deseaban, podría causar una desilusión que ocasione un gran volumen de respuestas negativas.

Para buscar comprobar o refutar nuestras hipótesis, definimos una metodología en dos partes: primero, difundimos encuestas (dos por cada grupo de consumidores, una en español y otra en inglés) por redes sociales. En ellas se preguntó por hábitos de consumo relacionados con Marvel o LOONA, por cuestiones del contenido en torno al MCU o el LOONAverse, y por las conexiones que se pueden trazar entre estos universos y textos externos a ellos.

Una vez cerradas las encuestas y analizados los resultados, se realizaron cuatro sesiones con formato de *focus group* (dos por cada grupo de consumidores). En ellas, se discutieron cuestiones vinculadas a la importancia que el universo expandido tiene a la hora de consumir contenido de Marvel o LOONA, el rol que cumple la narración más o menos definida en la historia, el balance entre contenido oficial y contenido *fanmade* a la hora de consumir, la forma en la que los universos incorporan las referencias –sobre todo a textos clásicos–, y el efecto que tiene la subversión de expectativas.

Universidad de San Andrés

A partir de los hallazgos que detallamos en la sección anterior, podemos referirnos a la forma en la que estos dialogan con nuestras respuestas tentativas a las tres preguntas de investigación originales.

El vínculo con los textos clásicos (RQ1)

Comprobamos nuestra hipótesis H1a, en tanto los consumidores que participaron de las encuestas y de los *focus groups* indicaron reconocer en el LOONAverse referencias explícitas a textos clásicos –dioses griegos como Hécate, relatos y personajes bíblicos como el Edén y Lucifer, el ángel caído, y el mito de Ícaro, entre otros–. Los encuestados identificaron la narración definida –entendida como una estructura autocontenida que organiza una serie de eventos a partir de una cronología transparente, relaciones causales, y elementos que sirven a la definición del universo y sus reglas (ver subtítulo "Encuestas" de la sección "Hallazgos")– como uno de los recursos menos utilizados en el LOONAverse; los participantes de los *focus groups* concuerdan, y argumentan que esta carencia vuelve imperativo el uso de referencias.

Estos últimos indican que las referencias son un recurso empleado por una necesidad del formato, en tanto se trata de videos de extensión muy corta y donde no hay diálogo, por lo que se vuelve útil hallar formas de resumir contenido en formatos cortos, en código, o "*shorthand*", como lo llaman ellos. Opinan que facilitan la comprensión de la historia compleja, pues sientan reglas del universo a partir de sucesos de textos anteriores que consideran universales y conocidos por muchos. Además, le otorgaron a estas remisiones diversas otras funciones: generan una sensación de familiaridad y seguridad en los consumidores, desarrollan las características de los personajes y los motivos temáticos, y establecen roles para esos personajes a partir de comparaciones entre ellos y arquetipos clásicos (incluyendo el papel que tienen los personajes originales en sus propios textos).

Universidad de San Andrés

En cuanto a la hipótesis H1b, los resultados nos permiten comprobarla solo parcialmente. Debemos refutar la primera parte, pues ni los consumidores encuestados, ni los participantes de los *focus groups*, reconocieron en el MCU una reencarnación de los mitos clásicos en los personajes del universo de Marvel. En un sentido contrario, opinaron que Marvel no se vale mucho de referencias a textos clásicos, sino, más bien, a referencias al entorno sociocultural actual para acercar el universo a nuestra realidad lo más posible.

Queda sin comprobar, además, la idea de que las referencias clásicas son integradas como guiños a conceptos eruditos, pues ni aquellos que hallan conexiones a textos clásicos les otorgaron estas funciones. En cambio, opinaron que estas ayudan a volver a tramas simples y conceptos que todo espectador puede entender, pues son historias universales grabadas en las mentes de las personas.

Lo que sí mencionaron, sin embargo, es que reconocen el carácter altamente implícito de este recurso –en línea con lo propuesto en nuestra hipótesis–, pues consideran que se trata de referencias o alusiones muy sutiles. Las instancias menos sutiles son excepcionales y cumplen la función de proporcionarle realismo al MCU: los mitos están presentes para mostrar que su universo comparte historia y creencias con nuestro mundo real.

Cabe destacar que los consumidores de Marvel identificaron una función semejante a la que mencionamos para LOONA, en tanto proponen que las referencias clásicas ayudan a volver la trama menos compleja –en pos de generar una familiaridad en los espectadores–. En este caso, parecería errónea nuestra hipótesis de que la extensión y la presencia de diálogo vuelven innecesaria la remisión a estos textos clásicos.

Universidad de San Andrés

La generación de expectativas (RQ2)

Con respecto a nuestra hipótesis H2, los hallazgos permiten refutarla completamente, pues, con excepción de dos personas–consumidoras de LOONA–, ninguno de los participantes de los *focus groups* le otorgó a las referencias clásicas el poder de generar expectativas sobre la continuación de la historia. En Marvel, hubo quienes simplemente notaron que jamás esperarían que el MCU siga el camino pautado y prescrito; en LOONA, los participantes se refirieron a la remisión a los relatos clásicos como creadoras de contexto y de reglas sobre las que el universo narrativo se construye. Un participante añadió que no hace predicciones sobre la base de ellas, sino que prefiere mirar en retrospectiva y hallar las formas en las que una referencia se repite en más de un proyecto.

Las personas que reconocieron el impacto del recurso de las referencias en sus expectativas explicaron que esto solo se dio en la etapa "*Predebut*" de LOONA (ver "Introducción"), pues las referencias eran una suerte de guía explicativa del universo. La alusión a parte de una historia clásica en un video lograba que esperaran que, en el que le seguía, se concrete la parte restante de esta historia.

Una posible explicación para esta falta de generación de expectativas en LOONA –que contradice los hallazgos hechos por varios autores sobre los otros tipos de referencias (actuales y a géneros narrativos)– puede radicar en lo que señala uno de los consumidores. Este expresó que, a medida que pasaba el tiempo, se volvió desalentador tener expectativas sobre el siguiente paso en la historia porque, muchas veces, el ritmo lento de creación de contenido por parte de BlockBerry Creative, la compañía discográfica, causaba que se cambie de rumbo radicalmente entre una entrega y la otra. Por esto, los fans aprendieron a teorizar menos sobre el futuro y concentrarse más en analizar lo que ya existe.

Universidad de San Andrés

La subversión de las expectativas (RQ3)

Más allá de la indiferencia frente al poder de generación de expectativas de las referencias clásicas, los aportes de los participantes respecto al tema de la subversión de las expectativas creadas nos permitió comprobar la hipótesis H3a y refutar la hipótesis H3b.

Los consumidores de LOONA ven un enorme valor en no cumplir las expectativas, en tanto opinan que el grupo musical es famoso por salirse del molde. Consideran que una vez que las referencias quedan claras y cumplen un propósito particular –como las funciones que se mencionaron en la sección "El vínculo con los textos clásicos (RQ1)"–, alterar la historia de los textos originales genera tramas innovadoras y sorprendentes que pueden emocionar a los consumidores y generarles un deseo de saber más sobre este nuevo camino. La subversión, dicen, les recuerda a los espectadores que las referencias son solo referencias, y no confines estrictos que el contenido debe recrear –afirmación que se corresponde con el postulado de Walton (2009) de las referencias como puntos de partida para la innovación–.

Otro motivo por el que los consumidores de LOONA parecen no molestarse frente a estas alteraciones es, como planteamos en nuestra hipótesis, el poder que tienen los fans para construir su propia historia y hallar una forma de atar todos los cabos, incluso cuando no concuerdan con lo que ya creían que sabían. La trama, dicen, es lo suficientemente imprecisa para que todo pueda encajar con el *fanon* que busca construir el LOONAverse.

El caso fue similar en Marvel, contrario a lo que propusimos en nuestra hipótesis H3b. Los consumidores celebran la subversión por los mismos motivos que el grupo anterior –y destacan, también, que Marvel es famoso por sus *twists*–, e incluso plantean que Marvel, a

veces, crea expectativas que no va a cumplir a propósito, para hacer a los fans creer que el camino es uno, y luego sorprenderlos con otro. Esto refuta completamente nuestra hipótesis.

Los consumidores, sin embargo, trazan límites respecto a cuán lejos puede ir una subversión. Consideran que debe siempre mantenerse el respeto al texto original –algunos, incluso, estiman que al menos 50% de la trama original debe ser respetada– para evitar la incomodidad de los espectadores, y que el cambio debe tener sentido conforme a la totalidad del universo –no un giro cuya única motivación es sorprender–.

Palabras finales

El carácter transmediático de los universos expandidos de Marvel y LOONA los vuelve casos con mucho por estudiar, pues han establecido vínculos –tanto entre sus propios proyectos como con los consumidores– para poder construir narrativas complejas que los destacan en el entorno *mainstream* actual. Este trabajo explora una área de investigación que no había sido abordada por autores anteriores, y se inserta en una conversación más amplia acerca del uso de referencias –y sus consecuencias– en los universos creados por Marvel Studios y BlockBerry Creative. Aunque los hallazgos hayan refutado tres de nuestras cinco hipótesis, los descubrimientos y visión en detalle obtenidos del comportamiento de los consumidores y fans con respecto al uso de referencias a textos clásicos en el MCU y el LOONAverse son ricos y reveladores.

Este estudio buscó expandir la literatura sobre el LOONAverse como narrativa transmediática, y habitar un vacío analítico respecto del uso de referencias a textos con siglos de antigüedad, tanto en este universo como en el Marvel Cinematic Universe. A partir de una metodología que combinó diferentes técnicas de relevo de datos, hallamos dos casos muy

QUAERERE VERUM
Universidad de San Andrés

distintos: uno, el de LOONA, que se vale en gran medida de este recurso, utilizado para resumir largas historias en símbolos sencillos, necesario por su formato, y otro, el de Marvel, cuyas referencias son escuetas y más bien implícitas. Encontramos, sin embargo, que en ambos casos, la función que se le otorga al uso de referencias es similar: esta remisión a relatos universales facilita la comprensión de la trama, pues refiere a conceptos e historias conocidos y estudiados en profundidad.

A diferencia de hallazgos como los de Marazi (2020) sobre otros tipos de remisiones, ambos grupos niegan el poder de estas referencias para generarles expectativas acerca del futuro de la narrativa, así como celebran la subversión de las expectativas eventualmente generadas, pues consideran que es un recurso que enriquece el consumo y genera mayor deseo de conocer el siguiente paso cuanto antes. En el caso de LOONA, además, cuenta con una base de fanáticos que funcionan como coautores, y encuentran formas de conectar todo a la narrativa general del LOONAverse.

Universidad de San Andrés QUAERERE VERUM

Destacamos un punto interesante, común a los dos universos, que escapa a las posibilidades de estudio de este análisis: el repudio por ciertas formas de fanatismo y elaboración de *fanon* muy alejado de los límites narrativos del *canon*. Sería iluminador poder avanzar en esta dirección, que parece refutar (o en todo caso, sugerir matices respecto de) cierta celebración del *fanon* por sobre el *canon*, muy común a las teorías transmediales.

Esperamos que este trabajo abra las puertas para más investigaciones en esta área de estudio. Hasta entonces, *stay assembled and stan LOONA*.

REFERENCIAS

Bader, G. E., & Rossi, C. A. (2002). *Focus groups. A Step-by-Step Guide*. San Diego: The Bader Group.

Barnette, J. (2022). What Is Wanda but Witches Persevering? Palimpsests of American Witches in WandaVision. *Theatre Journal*, 74(1), 41-57.

Bogoya, C. (1997). Beristáin, Helena. Alusión, referencialidad, intertextualidad. Bitácora de Retórica I. México: UNAM (Instituto de Investigaciones Filológicas), 1996. 69 págs. *Literatura: teoría, historia, crítica*, (1), 250-251.

Brinker, F. (2017). Transmedia storytelling in the "Marvel Cinematic Universe" and the logics of convergence-era popular seriality. En Yockey, M. (Ed.), *Make Ours Marvel* (pp. 207-233). Austin: University of Texas Press.

Campbell, J. (1949). *The hero with a thousand faces*. Princeton: Princeton University Press.

Coggan, D. (2021). *WandaVision director breaks down 'Agatha All Along' and teases the 'surprising but satisfying' finale.* https://ew.com/tv/wandavision-matt-shakman-interview-agatha-all-along-season-finale/?utm_campaign=entertainmentweekly_entertainmentweekly&utm_content=new&utm_medium=social&utm_source=twitter.com&utm_term=603ea88113851800019e5202

Darley, A. (2002). *Cultura Visual Digital*. Barcelona: Paidós.

Davis, C. S., & Lachlan, K. A. (2017). *Straight talk about communication research methods*. Dubuque: Kendall Hunt Publishing Company.

Universidad de San Andrés

Eco, U. (1984 [1964]). *Apocalípticos e integrados*. Barcelona: Lumen.

Eco, U. (2009). *Cultura y semiótica*. Madrid: Círculo de Bellas Artes.

Fairclough, N. (1995). *Critical Discourse Analysis: The Critical Study of Language*. Londres: Longman.

Fiske, J. (2001). Intertextuality. En Harrington, L., & Bielby, D. (eds.), *Popular Culture: Production and Consumption*, pp. 219-233. Hoboken: Wiley-Blackwell.

Flanagan, M., Livingstone, A., & McKenny, M. (2016). *The Marvel studios phenomenon: Inside a transmedia universe*. Nueva York: Bloomsbury Publishing USA.

Franzese, T. (2020). *Here's Exactly How Long It Takes To Beat Marvel's Avengers*. https://www.inverse.com/gaming/marvels-avengers-how-long-to-beat-missions-hour-length

Galvan Maccari, J. F. (2018). *O storytelling como recurso estratégico na ação de lançamento do grupo musical "Loona"*. Cuiabá: Universidade Federal De Mato Grosso.

Genette, G. (1989). *Palimpsestos, la literatura en segundo grado* (Fernández Prieto, C., trad.). Madrid: Taurus.

Goodman, L. (2015). Disappointing fans: Fandom, fictional theory, and the death of the author. *The Journal of Popular Culture*, *48*(4), 662-676.

Guerrero-Pico, M., & Scolari, C. (2016). Narrativas transmedia y contenidos generados por los usuarios: el caso de los crossovers. *Cuadernos. info*, (38), 183-200.

QUAERERE VERUM
Universidad de San Andrés

INDEC (2022). *Cuestionario definitivo del Censo 2022 para viviendas particulares*. https://www.indec.gob.ar/ftp/cuadros/poblacion/Censo2022_cuestionario_viviendas_particulares.pdf

Jannidis, F. (2003). Narratology and the Narrative. En Kindt, T., & Müller, H. H. (ed.), *What is narratology? Questions and Answers Regarding the Status of a Theory* (pp. 35-51). Berlín: Walter de Gruyter.

Jenkins, H. (2003). *Transmedia storytelling: Moving characters from books to films to video games can make them stronger and more compelling*. http://www.technologyreview.com/news/401760/transmedia-storytelling/

Jenkins, H. (2006). *Convergence culture: Where old and new media collide*. Nueva York: New York University Press.

Jenkins, H. (2008). *Convergence culture: la cultura de la convergencia de los medios de comunicación*. Barcelona: Paidós.

Jenkins, H. (2009). *The revenge of the origami unicorn: Seven principles of transmedia storytelling*. http://henryjenkins.org/2009/12/revenge_of_the_origami_unicorn.html

Jenkins, H. (2010): *Piratas de textos. Fans, cultura participativa y televisión*. Barcelona: Paidós.

Jenkins, H. (2015). Transmedia storytelling. En *New Media Culture: Mediale Phänomene der Netzkultur* (pp. 237-256). Bielefeld: transcript Verlag.

Langford, J., & McDonagh, D. (2003). *Focus groups: Supporting effective product development*. Londres: Taylor & Francis.

QUAERERE VERUM
Universidad de San Andrés

Lazore, C. (2021). Success Story: How Storytelling Contributes to BTS's Brand. *Asia Marketing Journal*, *22*(4), 47-62.

López Delacruz, S. (2020). Acciones transmediáticas propuestas desde el universo cinematográfico de The Conjuring. *Brumal*, *8*(2), 63-86.

Marazi, K. (2020). You've Become Part of a Bigger Universe. You Just Don't Know it Yet: Adaptation, Intertextuality and the Case of Total Branded Entertainment. *Ex-centric Narratives: Journal of Anglophone Literature, Culture and Media*, 0(4), 83-99.

Marinkovich, J. (1998). El análisis del discurso y la intertextualidad. *Boletín de filología*, 37(2), 729-742.

Martínez Fabre, M. (2013). Gameplay abierta. Intertextualidad, intermedialidad y autorreferencia en la partida de juego. *LifePlay: Revista académica internacional sobre videojuegos*, (1), 9-26.

Menard, D. (2015). *Entertainment assembled: the Marvel Cinematic Universe, a case study in transmedia*. Lynchburg: Liberty University.

Moon, M. R. (2008). *Thought We Wouldn't Notice, but We Did': An Analysis of Critical Transmedia Literacy Among Consumers of the Marvel Cinematic Universe*. Austin: University of Texas.

Rice Squad (2019, octubre 4). *The Avengers of Kpop: A Story of LOONA* [Video]. YouTube. https://www.youtube.com/watch?v=a-dHXpi5cK8

Rouse, L. (2022). *The Ultimate Marvel Binge: How Long Does It Take To Watch Everything in the MCU?* https://www.lifehacker.com.au/2022/07/marvel-movies-tv-series-runtime/

Universidad de San Andrés

Ruíz Martín, J., & Alcalá Mellado, J. (2016). Los cuatro ejes de la cultura participativa actual. De las plataformas virtuales al medialab. *Revista ICONO14. Revista Científica de Comunicación y Tecnologías Emergentes*, *14(1)*, 95-122. https://icono14.net/ojs/index.php/icono14/article/view/904

Scolari, C. (2013) ¿Cómo se producen las narrativas transmedia? En *Narrativas Transmedia*, *cuando todos los medios cuentan* (pp. 63-117). Barcelona: Deusto.

Scolari, C. (2021). *Cultura Snack*. Buenos aires: La Marca Editora.

Stafford, N. (2018). The End. En Howard, D. y Bianculli, D. (ed.) *Television Finales: From Howdy Doody to Girls*. Siracusa: Syracuse University Press.

Stork, M. (2014). Assembling the avengers: Reframing the superhero movie through Marvel's cinematic universe. En Gilmore, J. N., & Stork, M. (eds.). *Superhero synergies: Comic book characters go digital* (pp. 77-96). Lanham: Rowman & Littlefield.

Taylor, J. C. (2021). Reading the Marvel Cinematic Universe: The Avengers' Intertextual Aesthetic. *JCMS: Journal of Cinema and Media Studies*, 60(3), 129-156.

Tuckett, A. G. (2004). Qualitative research sampling: the very real complexities. *Nurse researcher*, 12(1), 47-61.

Walton, S. (2009). Baroque Mutants in the 21st Century?: Rethinking Genre through the Superhero. En Ndalianis, A. (ed.), *The Contemporary Comic Book Superhero*, pp. 86-106. Londres: Routledge.

Wolf, M. J. (2014). *Building imaginary worlds: The theory and history of subcreation*. Londres: Taylor & Francis.

Universidad de San Andrés

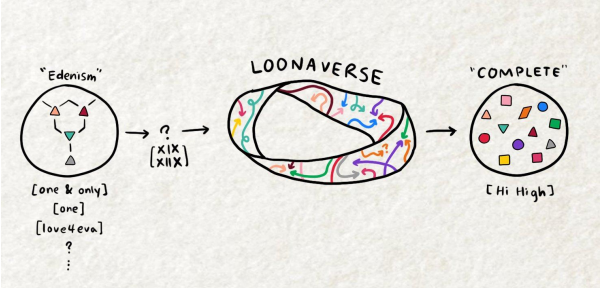
Wolf, M. J. (2016). *Revisiting imaginary worlds: A subcreation studies anthology.* Londres: Taylor & Francis.

Wrench, J., Thomas-Maddox, C., Richmond, V., & McCroskey, J. (2008). *Quantitative research methods for communication: A hands-on approach*. Oxford: Oxford University Press.

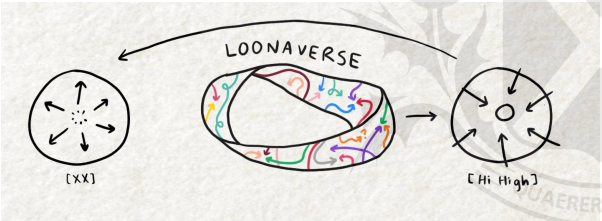
QUAERERE VERUM
Universidad de
SanAndrés

ANEXO

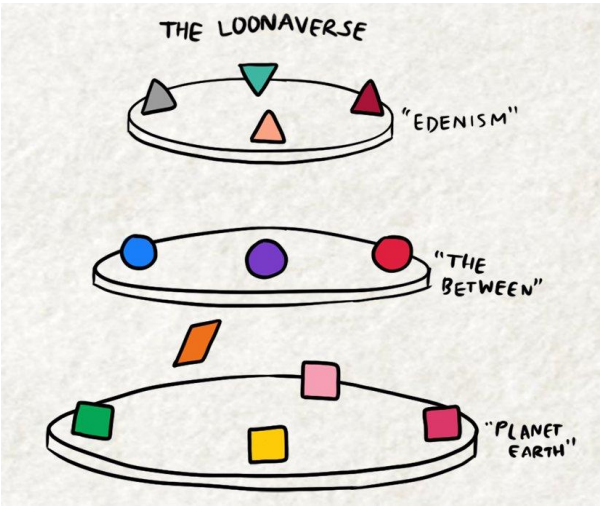
Anexo 1. Gráficos hechos por fans para explicar el LOONAverse



caskerbox (2019). Edenism. https://twitter.com/caskerbox/status/1084245898954268673

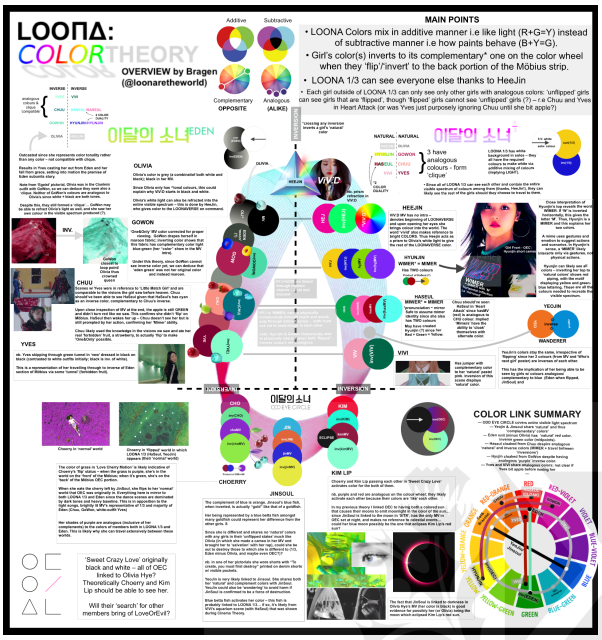


caskerbox (2019). Rewinding the LOONAverse. https://twitter.com/caskerbox/status/1084245196878110721



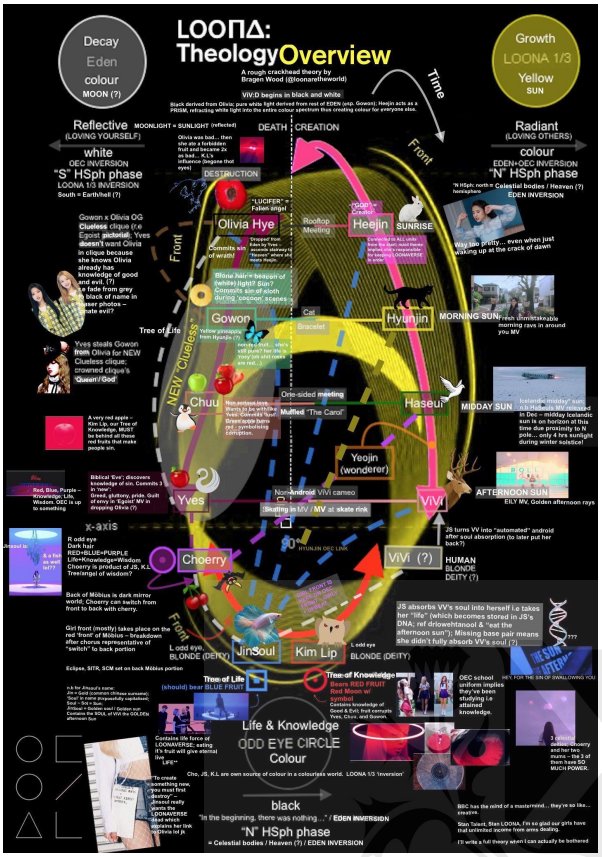
Universidad de San Andrés
TUAERERE VERUM

caskerbox (2019). The LOONAverse. https://twitter.com/caskerbox/status/1084237964467752961



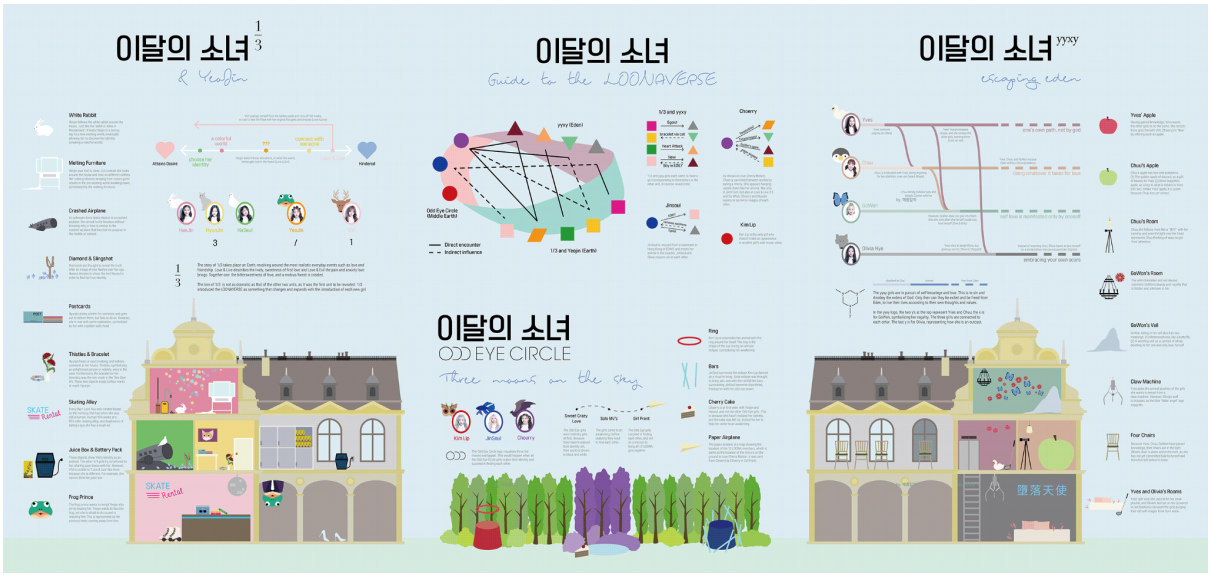
evilscribd (2018). Light physics in the LOONAverse. https://aminoapps.com/c/loonaverse/page/blog/light-physics-in-the-loonaverse-another-crackhead-theory-by-yours-truly/1vxg_zGs6ud3KpXj7wQGEG2vB0lLK2dKoK

Universidad de San Andrés



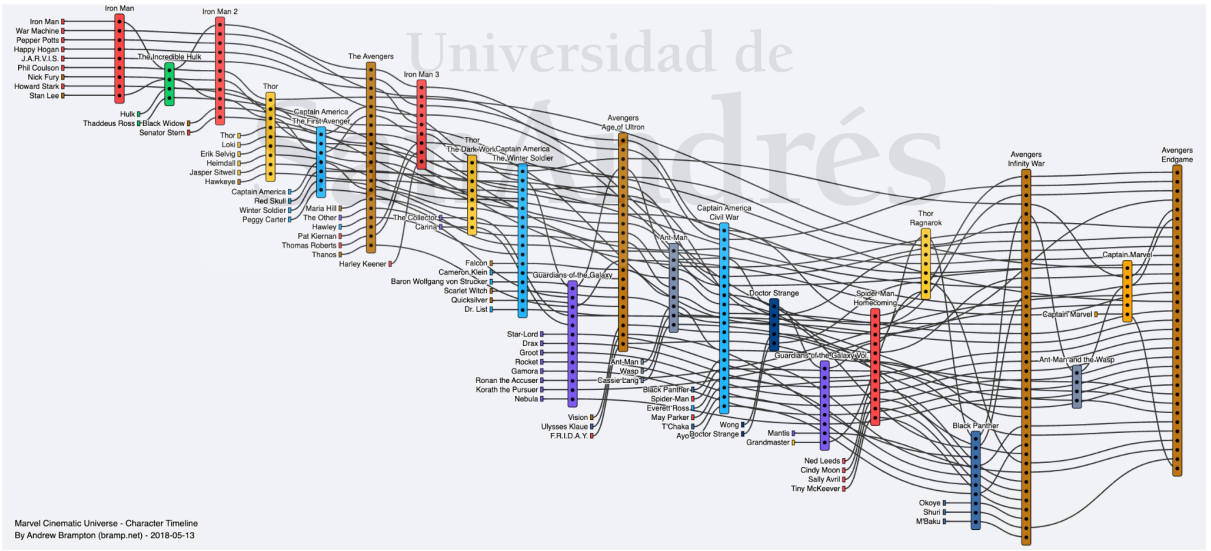
evilscribd (2018). LOONA Theology Overview. https://aminoapps.com/c/loonaverse/page/blog/a-wildly-theological-theory-of-the-loonaverse-that-i-hope-is-somewhat-unique-and-understandable/NPZa_YjhMu3Pq1QnPr1pQY6ejV0deZJwed

QUAERERE VERUM
Universidad de San Andrés

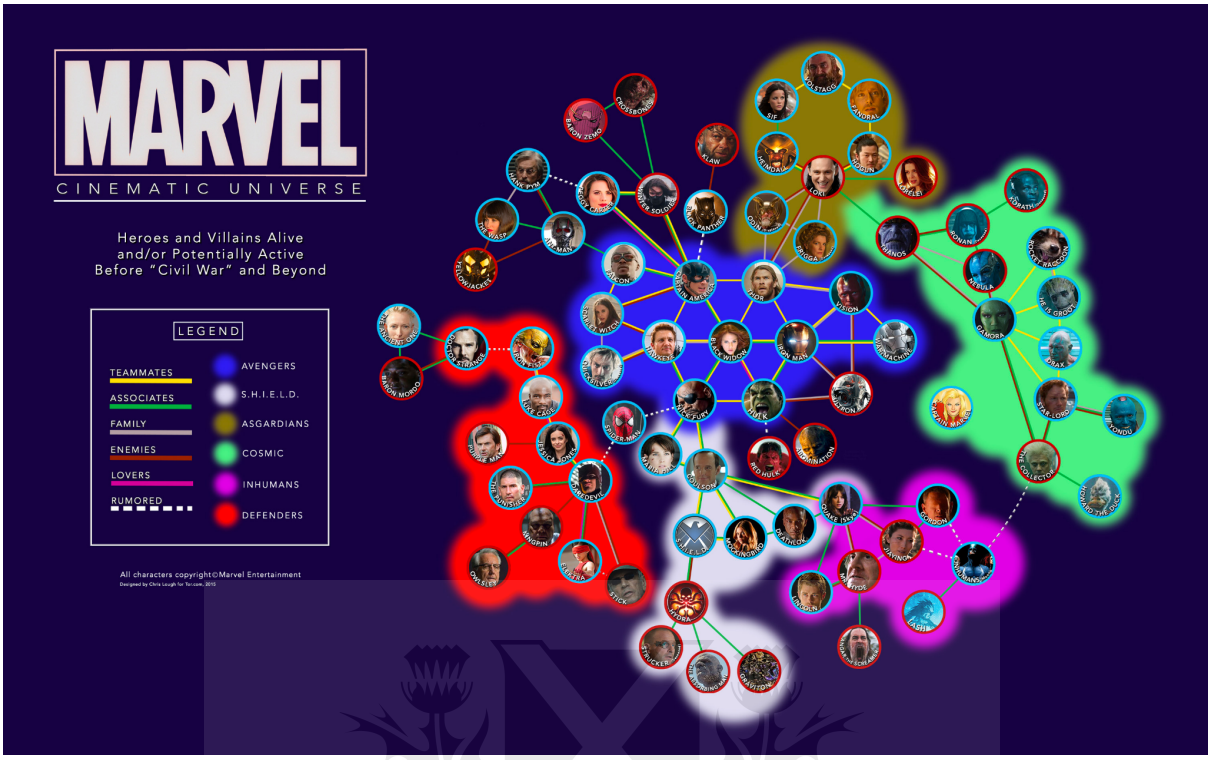


Oh, E. (2022). LOONAverse Infographic. https://www.behance.net/gallery/137811905/LOONAVERSE-Infographic-(Eng)

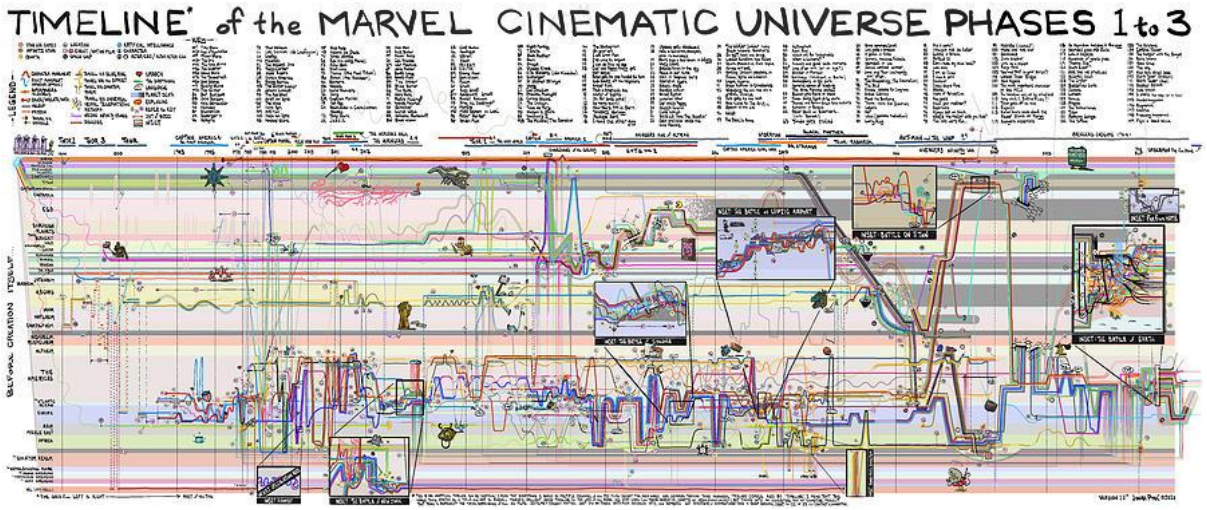
Anexo 2. Gráficos hechos por fans para explicar el Marvel Cinematic Universe



Brampton, A. (2018). Marvel Cinematic Universe Timeline. https://blog.bramp.net/post/2018/04/08/the-mcu/

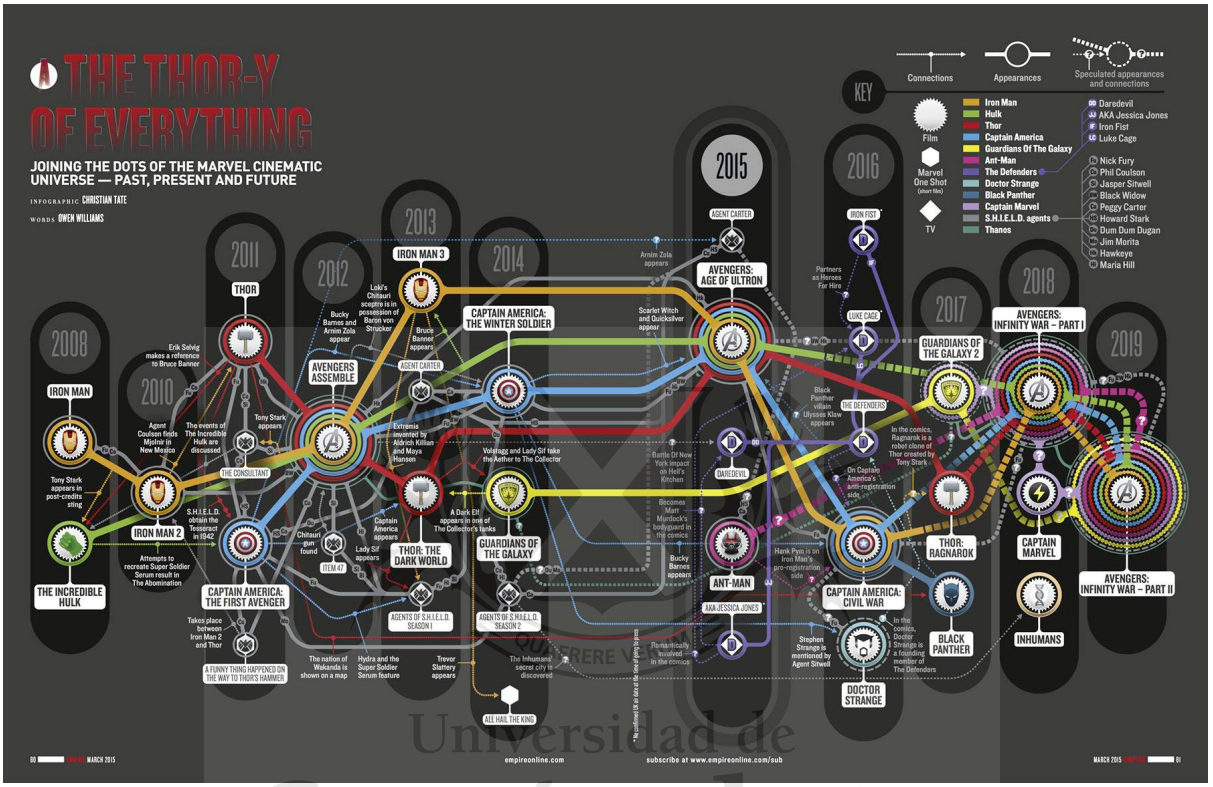


Lough, C. (2015). Heroes and Villains Alive and/or Potentially Active Before "Civil War" and Beyond. https://www.tor.com/2015/07/20/the-marvel-cinematic-universe-has-more-than-enough-characters-for-captain-america-civil-war/comment-page-1/



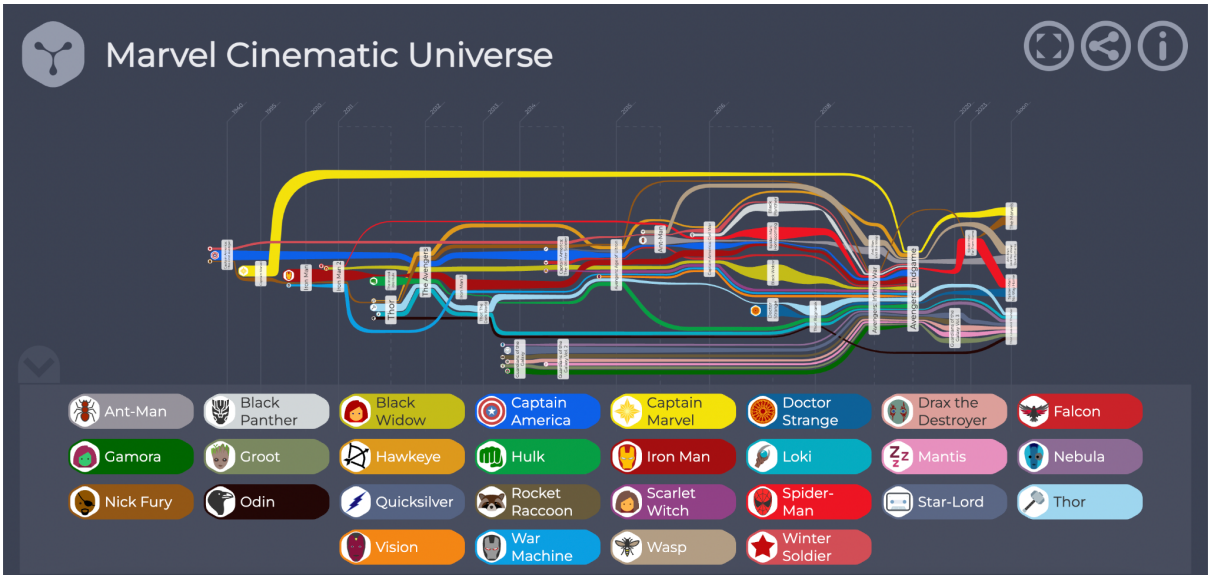
Universidad de San Andrés

Ptak, J. (2020). MCU Timeline Thing. https://www.deviantart.com/jonahptak/art/MCU-Timeline-Thing-v1-1w-2020-05-14-865276066



Tate, C. (2015). The Marvel Cinematic Universe Timeline. https://www.infograde s.com/entertainment-infographics/movie/marvel-cinematic-universe-past-present-future/

Universidad de SanAndrés



yWorks (2019). Marvel Cinematic Universe. https://live.yworks.com/demos/promo/GDC2019/

QUAERERE VERUM
Universidad de SanAndrés