

ÍNDICE

PRÓLOGO	9
INTRODUCCIÓN	11
LA NARRATIVA TRANSMEDIA Y LA PARTICIPACIÓN DE LA AUDIENCIA	17
1.1. Una revisión del concepto narrativa transmedia	18
1.2. Tipos de contenido transmediático	21
1.3. Niveles de participación de la audiencia	28
LA AUDIENCIA SOCIAL: UN CONCEPTO EN CONSTRUCCIÓN	37
2.1. La revolución digital y el desarrollo de las redes sociales	37
2.2. La audiencia social: el origen del término	42
2.3. La audiencia social: una propuesta	46
LA INTELIGENCIA COLECTIVA COMO DINÁMICA DE LA AUDIENCIA SOCIAL	49
3.1. La apropiación de los contenidos por parte de la audiencia social ...	51
3.2. La interacción, la relectura y la creación	54
LA AUDIENCIA SOCIAL Y LA GENERACIÓN DE VALOR EN LA NARRATIVA TRANSMEDIA	59
4.1. El concepto de valor en la industria de los medios	59
4.2. La audiencia social y la generación de valor	64
4.3. La audiencia social en la narrativa transmedia	66
EL FENÓMENO TRANSMEDIA DE MARVEL: ORIGEN Y DESARROLLO	73
5.1. De los cómics a Marvel Entertainment	74
5.2. Una mirada al desarrollo de personajes transmedia	80

EL UNIVERSO CINEMATOGRAFICO DE MARVEL COMO FENÓ- MENO TRANSMEDIA	83
6.1. Fase 1: un origen de hierro (2008-2012)	83
6.2. Fase 2: el crecimiento de los vengadores (2013-2015)	89
6.3. Fase 3: la consolidación de una Saga (2016-2019)	95
LA AUDIENCIA SOCIAL EN LA NARRATIVA TRANSMEDIA DE MARVEL	107
7.1. La gestación y el desarrollo de la audiencia social	108
7.2. Conocimiento, interés y vinculación emocional	119
REFLEXIONES FINALES: LA AUDIENCIA SOCIAL Y LA NARRATIVA TRANSMEDIA	129
REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS	139
REFERENCIAS DE FUENTES AUDIOVISUALES	155