



# HYPERBOREA

REVISTA DE ENSAYO & CREACIÓN

## NAVEGANDO FUERA DE LOS MARES LITERARIOS: UN ACERCAMIENTO AL UNIVERSO TRANSMEDIA DE *ONE PIECE*

Agustín Alejandro Bergonce  
Agusbergonce10@hotmail.com  
CTCL - IdIHCS

Facultad de Humanidades y Ciencias de la Educación  
Universidad Nacional de La Plata

**Resumen** || Tras más de un millar de capítulos emitidos, la historieta japonesa de Eiichirō Oda plantea un universo cuya narrativa escapa a las viñetas para expandirse hacia otros medios. Publicada por primera vez en 1997, *One Piece* ha logrado incursionar en diferentes soportes, permitiendo su abordaje desde una perspectiva transmedia. Con esta orientación, el presente artículo busca caracterizar cómo la obra original publicada en manga dilata su narrativa mediante adaptaciones y reversiones en múltiples medios, contemplando tanto sus productos oficiales como las prosumisiones realizadas por los fans.

**Palabras clave** || *One Piece* – narrativas transmedia – manga

**Title** || *Sailing outside the literary seas: an approach to the transmedia universe of One Piece*

**Abstract** | | *After more than a thousand chapters, Eiichirō Oda's Japanese comic presents a universe whose narrative transcends the cartoons to expand into other media. First published in 1997, One Piece has successfully ventured into different media, allowing for its exploration from a transmedia perspective. Adopting this approach, the present article seeks to characterize how the original work, published as a manga, expands its narrative through adaptations and reinterpretations across multiple media, contemplating both its official products and fan-created prosubmissions.*

**Keywords** | | *One Piece – transmedia storytelling – manga*

---

### *Cuando una historia escapa de su viñeta*

Intentar abordar una obra actual implica tener en cuenta su contexto tecnológico y medial. Debido al carácter expansivo de las ficciones actuales, múltiples universos narrativos han optado por realizar constantes cruces entre medios, haciendo de sus mixturas y fusiones aspectos nucleares a ser analizados. Tal es el caso de *One Piece*, un manga cuya consagración entre la comunidad de lectores y espectadores pervive tras más de dos décadas desde su primera publicación.

Tras su debut en julio de 1997 en la *Weekly Shonen Jump*, la obra protagonizada por el pirata Monkey D. Luffy y su tripulación no tardó en surcar diferentes medios de difusión, convirtiéndose en una franquicia que abarcaría múltiples plataformas.

En este sentido, *One Piece* no solo refleja la íntima relación que el manga moderno ha cultivado con el mercado (Sanz) y la propaganda (Vilches) sino que, simultáneamente, su estudio de caso permite traer a colación un enfoque metodológico cuya perspectiva transmedial ha adquirido relevancia en los últimos años. Debido a ello, los siguientes apartados buscarán plasmar los estudios de las narrativas transmedia al terreno de paneles y viñetas, tomando como objeto una de las obras más extensas de la industria del manga japonés.

Si bien el fenómeno transmediático ya contaba con críticos que habían dado cuenta de este suceso, fueron los aportes de Henry Jenkins III los cuales, a través de su artículo publicado en 2003 por la revista *MIT Technology Review*, sentaron las bases sobre cómo los medios tejen las redes que ayudan a la expansión de una franquicia: «In the ideal form of transmedia storytelling, each medium does what it does best-so that a story might be introduced in a film, expanded through television, novels, and comics, and its world might be explored and experienced through game play» (3).

Sin embargo, no será hasta la publicación de su obra *Convergence Culture* en 2006 que el autor esbozaría más características en torno al término: «una narrativa transmediática se desarrolla a través de múltiples plataformas mediáticas, y cada nuevo texto hace una contribución específica y valiosa a la totalidad» (101).<sup>1</sup> De esta forma, el concepto «narrativas transmedias» se configura como la idea de un relato que, mediante el empleo de múltiples medios y plataformas, construye una historia capaz de expandirse indefinidamente.

Eventualmente, otros críticos reflexionarían sobre las bases de este estudio (Martínez-Gutiérrez, Gil Royo, Odetti), así como sus usos y aplicaciones. Tal es el caso del «Transmedia Manifest» (2011)<sup>2</sup> y su propuesta de máximas en torno a la detección de obras transmediales, así como los aportes de Carlos Alberto Scolari al intentar definir el término como «un tipo de relato en el que la historia se despliega a través de múltiples medios y plataformas de comunicación y en el cual una parte de los consumidores asume un rol activo en ese proceso de expansión» (60).

De esta forma, múltiples aristas del enfoque transmedial tomaron profundidad entre los estudiosos del campo, indagando en su dimensión económica (Marshall), creativa (Klastrup & Tosca, Ryan) e intermedial (Boumans, Ytrebreg). Con el pasar del tiempo, la cercanía semántica entre varios de los términos (*cross-media*, *transmedia storytelling*, narrativas transmedia) desencadenó un uso indistinto a la hora de realizar estudios de caso. Sin embargo, si bien la mirada transmedial convive dentro de un conglomerado semántico, no debe confundirse con aquellos términos que

---

<sup>1</sup> Cabe destacar que, para el año 2006, la idea de *transmedia storytelling* tomaba como concepto precursor a la idea de *convergence* (aspecto que Jenkins menciona con cierta ironía desde sus primeras páginas al comentar que «es posible que oigan hablar mucho de convergencia últimamente. Pues van a oír todavía más» [16]). Desde esta mirada, el académico ofrece su propia interpretación del término:

Con «convergencia» me refiero al flujo de contenido a través de múltiples plataformas mediáticas, la cooperación entre múltiples industrias mediáticas y el comportamiento migratorio de las audiencias mediáticas, dispuestas a ir casi a cualquier parte en busca del tipo deseado de experiencias de entretenimiento. «Convergencia» es una palabra que logra describir los cambios tecnológicos, industriales, culturales y sociales en función de quienes hablen y de aquello a lo que crean estar refiriéndose. (14)

<sup>2</sup> Proyecto realizado por el grupo «Hygh Flyers», conformado por la profesora Dorothea Martin, el diseñador e ilustrador Gregor Sedlag, Katharina Kokoska (especializada en consultorías web), estudiosos del cine y los videojuegos como Kristian Costa-Zahn y Maike Coelle, el especialista en *community managing* Patrick Möller y escritores como Maike Hank y Philipp Zimmermann.

nacen como consecuencia de su aparición, así como con las definiciones precursoras por el cual este enfoque se erige.

Sin embargo, esta breve reconstrucción cronológica del término puede incitar a la aparición de nuevas interpelaciones: ¿Qué tipos de medios se contemplan dentro de las «narrativas transmedia»? ¿Cómo opera internamente una franquicia como lo es *One Piece*? Para responder a estas preguntas, será necesario indagar en las circunstancias por las cuales un manga se torna en una narración expandida.

### *Los medios de una narración: el caso del manga*

Si bien la consolidación semántica del término supuso algunos puntos de afinidad entre la crítica, tal no fue el caso al momento de delimitar cuáles podrían ser los medios a considerar dentro de las narrativas transmedia.

Carlos Alberto Scolari, por ejemplo, acompaña las primeras páginas de su obra con un listado de medios que abordará en cada uno de sus capítulos:

Animación, avances, apps, audio, camisetas, cartas, CD, cine, cómic, correo, discos, fliers, infografía, juegos, libros, manga, merchandising, teléfono, mobisodio, muñecos, parques temáticos, radio, realidad virtual, redes sociales, revistas, sellos postales, teatro, televisión USB memoria, usuarios, videojuegos en línea, videojuegos, webcómic, websodios, WebTV. (4-6)

Autoras como Noemí León, por su parte, han optado por enfocarse en la complejidad que el entramado de medios puede suponer. Al entender cada uno de ellos como el componente de un mapamundi en donde los elementos coexisten e interactúan, es posible comprender cómo la infinidad de relaciones que un medio puede establecer con otro hace de una franquicia un auténtico mundo hiperconectado.

En este sentido, si bien el manga ya ha sido objeto de estudio bajo el enfoque transmedial (Romero Varela, Vásquez), su carácter expansivo no siempre fue una particularidad inherente desde su origen. Si bien la circulación del manga de principios del siglo XX tenía una gran afinidad con diferentes medios de difusión impresos, no sería hasta su utilización propagandística (especialmente, luego de la II Guerra Mundial) que varias obras se verían imbuidas en medios televisivos y cinematográficos.<sup>3</sup>

Décadas después, el manga adquiriría la suficiente demanda de los espectadores como para que su publicación tomase la forma del tomo recopilatorio autónomo. Si bien no produjo la disminución de su aparición

---

<sup>3</sup> El periodo de posguerra japonesa fue una etapa de fuerte impronta política en los medios de comunicación y entretenimiento. Con el propósito de impulsar las industrias niponas, comienza a tejerse una red medial cuyo objetivo radicaba en la retroalimentación económica de los mismos. Bajo esta línea, autores como Manuel Hernández Pérez mencionan que: «Tras la II Guerra Mundial, se hizo patente la gran importancia de las industrias editoriales y de manufactura, por lo que el medio cine y televisivo funcionaron como sistema de promoción de otras industrias secundarias, especialmente la editorial y juguetera» (139).

en medios como las revistas, este hecho sí fue el impulso que el mercado empleó para su serialización masiva.<sup>4</sup>

En suma, existe una relación entre la popularidad del universo narrativo planteado por una obra y su expansión a diferentes medios y plataformas. Es en este punto que, a través de un planteo de mundo como el que *One Piece* propone, se puede profundizar en las aplicaciones que un término como las narrativas transmedia puede ofrecer.

### *Navegando en los mares de One Piece: medios y agentes*

En 1997, Eiichirō Oda publica el primer capítulo de una obra que no solo lograría más de quinientos millones de copias a lo largo del mundo, sino que obtendría el título del manga más vendido en la historia.

La trama sigue la historia del pirata Monkey D. Luffy, un joven que, tras comerse una fruta maldita, se transforma en un ser vivo hecho de goma. Tras la ejecución de Gol D. Roger, rey de los piratas y único poseedor del tesoro más grande de los siete mares (tesoro que lleva el mismo nombre que la obra), cientos de piratas deciden iniciar una aventura en busca sus riquezas. De esta forma, *One Piece* ilustra el camino de Luffy y su tripulación hacia la búsqueda del tesoro que le permitirá hacer historia como el nuevo rey de los piratas.

Gracias a la publicación semanal de capítulos, la obra cuenta actualmente con 1123 capítulos, además de la emisión de más de 1100 episodios en su adaptación al anime. Su vasta extensión le ha permitido a Oda configurar un mundo lo suficientemente diverso como para que múltiples medios puedan enfocarse en aspectos que la trama principal no ha logrado explayar. Debido a ello, para abordar la obra no solo se tendrá en consideración varios de los medios ya mencionados, sino también los agentes que en ellos operan. Véase, la figura del autor, del prosumidor y la del mercado.

Si bien la noción de autor podría revivir antiguas discusiones teóricas, aquí se entiende el término como el artífice de un universo narrativo, independientemente del medio que haya seleccionado en primera instancia.

En el caso de Oda, el análisis parte de la obra en manga, bifurcándose entre el medio de revista (las publicaciones semanales de la *Weekly Shōnen Jump*) y su posterior publicación en tomos recopilatorios.

Sin embargo, la expansión del mundo dentro del soporte no solo radica en el medio seleccionado, sino también en las historias que se cuentan a través de sus nuevos canales. Debido a ello, es posible traer a colación la versión piloto de la obra publicada bajo el nombre de *Romance Dawn*. En ella no solo figuran apreciaciones explícitas del mangaka con respecto a las ambiciones de su proyecto, sino que también se presentan nimias diferencias en diálogos y paneles, las cuales permiten observar otros aspectos y reacciones de los primeros personajes.

---

<sup>4</sup> «Los verdaderos inicios del manga moderno se debieron a esta expansión de la influencia cultural extranjera en Japón que no tardó en llegar con nuevos soportes de impresión que ejercían una influencia determinante sobre la industria editorial japonesa» (Escudier 99).

Por otro lado, es posible sumar a los pre-textos mencionados el *one-shot*<sup>5</sup> titulado *Monsters* (1994). Si bien se discute sobre si dicha obra puede ser considerada como un *spin-off*<sup>6</sup> o una precuela de *One Piece*, ambos medios se contemplan dentro del universo narrativo transmedia de la obra, pues no solo expanden el mundo primario de Oda, sino que también funcionan como puerta de entrada a otros espectadores que desconocen la obra. En simultáneo, los *crossovers* también entran en los medios que dispone el autor. Entendiendo a estos como la interrelación de dos (o más) historias pertenecientes a diferentes franquicias, los *crossovers* son muy utilizados entre obras cuya compatibilidad genérica o demográfica es afín. En este sentido, podría mencionarse a *Cross Epoch* (2006), capítulo en donde los miembros de la tripulación interactúan con los personajes de *Dragon Ball Z* (1988), obra perteneciente al difunto mangaka Akira Toriyama. Para finalizar con el recuento de medios literarios por parte del autor, es posible hacer una breve mención a los *art books* de *One Piece*, una serie de ilustraciones cuya publicación pretende profundizar en los paisajes que recorren el elenco de protagonistas a lo largo de su aventura.

Sin embargo, no debe dejarse de lado los aportes que un autor puede realizar a través de medios como columnas o redes sociales. Para el primer caso, múltiples tomos cuentan con una sección de SBS<sup>7</sup> en la cual Oda dedica un par de líneas a las preguntas que los lectores envían. En cuanto a las redes, bocetos de personajes o *Tweets* que remitan a actualizaciones de la historia también pueden catalogarse como medios a utilizar dentro de las narrativas transmedia.

El mercado, por su parte, cuenta con una serie de medios que, si bien no siempre realizan una extensión del universo narrativo (condición *sine qua non* para considerarlos dentro de las narrativas transmedia), sus posibilidades de ampliación son igualmente válidas que la del resto de agentes.

Entre los medios del autor más destacados, la publicidad y la mercancía<sup>8</sup> resaltan como las principales puertas de entradas (o «rabbit

---

<sup>5</sup> Manga compuesto por un único capítulo.

<sup>6</sup> Trama secundaria o alternativa que toma como punto de partida los personajes o la construcción de mundo de una ficción ya existente. En caso de retomar la discusión mencionada, tomar como principio la cronología de producción permitiría concluir que *Monsters* no podría catalogarse bajo esta categoría ya que, si bien la obra recobró relevancia entre los lectores del manga gracias a su reedición en 2021, la publicación de la versión original data del año 1994, tres años antes de la publicación de *One Piece*. Sin embargo, al ser Oda un autor que destaca por extensas planificaciones previas al momento de realizar sus obras, es difícil de afirmar si el One-Shot fue pensado gracias al mundo ya planificado de *One Piece* o viceversa.

<sup>7</sup> Abreviatura de «hitsumon o Boshū Suru», cuya traducción puede interpretarse como «estoy respondiendo preguntas».

<sup>8</sup> Plantear todas las posibilidades que puede ofrecer la mercancía supondría un problema si se considera que el abanico puede ser tan amplio como cualquier catálogo de productos en venta. Sin embargo, es importante destacar que tanto los productos oficiales como los exclusivos o no autorizados pueden expandir un universo narrativo transmedia, puesto que la legitimidad del agente no limita su potestad de ampliación. Finalmente, las posibilidades de la mercancía no solo deben limitarse a los productos estándares (figuras, tazas, peluches, cartas, posters, llaveros, pulseras, colgantes, entre otros), sino también contemplar demandas

holes», acorde al «Manifiesto Transmedia») hacia una franquicia. Sin embargo, los medios de mayor explotación radican en los productos audiovisuales que ofrecen.

Probablemente, tanto las películas como la animación japonesa sean los principales medios audiovisuales en cuanto a narrativas transmedia refiere. En el primer caso, *One Piece* cuenta con más de una quincena de películas, todas ellas con un argumento especialmente preparado para que puedan ser consumidas entre los propios episodios de la animación.<sup>9</sup> En el caso de la animación (de ahora en más, anime), las posibilidades adquieren mayor profundidad.

No solo se encuentran aquí los *spin-off* y los *crossovers* en su formato adaptado (los cuales pueden plantear, ya sea por recortes o por decisión del estudio de animación, claras variaciones con respecto a su versión en manga), sino también las recapitulaciones y los capítulos especiales o conmemorativos de una franquicia (también denominados como OVAs). Por otro lado, producciones breves como trailers, *previews*<sup>10</sup> u *openings* (las introducciones de los episodios) también suponen una expansión del universo narrativo transmedia, puesto que su publicación puede venir de otras plataformas, sin necesitar estar adjuntos al episodio, y tienen como objetivo anticipar nuevos hechos que luego serán ampliados en nuevos episodios o películas.

Los cortos, recortes y versiones piloto suelen ser, por excelencia, grandes puertas de entrada a una franquicia, pues su brevedad ayuda a la inmersión del espectador. Un claro ejemplo de ello remite a los canales en *Youtube* de servicios como *Crunchyroll*, los cuales visibilizan fragmentos emblemáticos de episodios cuya duración no supera el par de minutos.

En el plano performático, medios como los musicales, orquestas, obras de teatro o *live action* (tanto en su emisión episódica como cinematográfica) ayudan a la expansión de la historia. Entre los ejemplos más destacados, es posible mencionar *One Piece Oto Utage: East Blue Arc* (obra de teatro llevada a cabo en Japón durante el año 2018 que combinaba elementos orquestales y coreografías musicales) o la reciente adaptación a *live action* producida por Netflix, la cual cubre las primeras sagas de la historia.

Por último, la profundidad que el universo de videojuegos (así como el de producción musical) puede ofrecer a una franquicia merecería una investigación que excede a la propuesta del presente trabajo. Con más de treinta videojuegos distribuidos en toda clase de plataformas (entre ellas, las aplicaciones móviles, otro gran abismo de complejo análisis) y decenas de horas en *soundtracks*, *One Piece* encuentra en estos medios una nueva puerta

---

locales, como lo es el caso del voluminoso sistema de *pachinkos* (máquinas de apuestas japonesa), cuyos premios suelen contener productos exclusivos de franquicias reconocidas.

<sup>9</sup> Por ejemplo, la película titulada *One Piece Film: Z* cuenta una historia secundaria fácilmente enlazable entre los sucesos que acontecen en una de las sagas animadas (la saga de la «Isla Gyojin», animada desde el capítulo 517 al 574). Por lo tanto, se incita a que el espectador visite otros medios antes de continuar con la historia principal.

<sup>10</sup> Las *previews* remiten a pequeños fragmentos colocados al final de un episodio con el propósito de anticipar los sucesos más importantes del próximo episodio, incitando al espectador a consumir su siguiente publicación.

que excede a la del lector o espectador, atrayendo a oyentes y jugadores a su franquicia.

De esta manera, el mercado (en tanto agente) tiene la capacidad de emplear medios masivos que remiten a un público tan variado como fluctuante. Sin embargo, la masividad de sus medios difícilmente pueda compararse con el abanico de posibilidades que ofrece el último agente: el prosumidor.

### *Ver para crear, crear para ver: los medios del prosumidor*

La figura del prosumidor puede migrar entre múltiples roles: lector, espectador, oyente, público, televidente, consumidor e incluso el rol de un productor. Desde la aparición de las narrativas transmedia, múltiples teóricos se han enfocado en el nuevo rol que el consumidor posee frente a franquicias cuyos límites mediáticos son difusos.

Conceptos como los de «Audiencia creativa» (Castells) o «Webactores» (Pisani & Piotet) ya perfilaban hacia el reemplazo del rol pasivo de los consumidores, quienes paulatinamente «asumen un rol activo en ese proceso de expansión» (Echeverría 4). En adición, autoras como Fátima Martínez Gutiérrez encuentran el componente de difusión como una forma de activismo para el prosumidor al momento de mencionar que «se le suma la prolífica capacidad de diseminar información, donde todo el mundo que publique en línea adquiere cierto protagonismo» (33).

Entre los medios mencionados, las redes sociales serán los principales medios de difusión para el prosumidor. Por lo tanto, espacios como los blogs, foros, portales y plataformas sociales funcionan como un espacio de producción primordial.

Dentro de ellas, es posible encontrar múltiples obras literarias como en el caso de los ya mencionados *artbooks*, libros o mangas. Cada uno de estos últimos, en el caso de ser hecho por un prosumidor, adquiere la denominación de *Dōjinshi* (término que, si bien remite a los trabajos publicados sin la mediación de una editorial, suele ejemplificarse con obras derivadas de otro universo narrativo), definición íntimamente ligada con la idea de la *fanfiction*.<sup>11</sup>

El apartado enciclopédico de los prosumidores también suele ser enriquecedor para la expansión de una historia. Dentro de *One Piece*, es posible destacar la *Enciclopedia de Frutas del Diablo* (2021), una recopilación de las diferentes frutas malditas que aparecen en la historia, así como glosarios o *wikis* que esquematizan información de personajes, habilidades, sagas, entre otros aspectos.

Por otro lado, el apartado audiovisual resulta, quizás, uno de los más enriquecedores de este agente. En él, es posible encontrar películas (*fanfilms*), *trailers* no oficiales, videojuegos (*fangames*), dibujos (*fanarts*), y ediciones de video, las cuales pueden ser meramente recopilatorias (*fan vid*) o ir

---

<sup>11</sup> «La *fanfiction* consiste en la escritura no profesional de escritos ficcionales producida por fanáticos o “fans”, esto es, seguidores y seguidoras de una obra literaria, autor, género (literario, musical, cinematográfico), cantante o grupo musical, serie televisiva, etc.» (López Corral 4).

acompañadas de alguna canción que haga del contenido un video musical (AMV).

A su vez, medios como los memes, *podcast* o traducciones<sup>12</sup> pueden focalizar un aspecto concreto del universo narrativo, reconfigurándolo para aportar una nueva perspectiva a la historia.

No obstante, el sector destinado a la creación de teorías exige una mención particular, pues múltiples prosumidores se encargan de la minuciosa detección de aquellos aspectos poco coherentes o incompletos de un universo narrativo con el propósito de aportar una explicación que no solo complazca el interés otro consumidor, sino que logre consolidar la consistencia de una franquicia. Las mismas pueden adquirir tanto la forma de una entrada de blog como la de un video documental, así como extrapolarse a trabajos académicos o publicaciones científicas.

En suma, el prosumidor no pierde potestad frente a la legitimidad que el autor o el mercado puede plantear. Si bien cada prosumidor no puede alterar directamente los eventos canónicos de una franquicia, múltiples veces se ha visto cómo la capacidad colectiva de los prosumidores ha logrado llegar a oídos del autor con el propósito de exigir la aparición de algún personaje determinado o la eliminación de un evento previamente anticipado por otros medios. De esta forma, el prosumidor puede reorientar el curso de un universo narrativo.

De esta manera, cada uno de los agentes realiza un aporte distinto a las narrativas, convergiendo y solapando sus producciones transmediales. A continuación, el siguiente apartado ejemplificará como todos ellos confluyen dentro de la expansión de una obra.

#### *Agentes conectados, medios solapados: la difusión del «Sake de Binks»*

En febrero del año 2008, Oda publicó el capítulo número 488 de *One Piece* bajo el título de «La canción de la vida». En ella, Brook, miembro de la tripulación de Luffy a quien, tras comerse una fruta maldita, se le permitió volver a la vida tras haber muerto una vez, recuerda los últimos momentos junto a sus antiguos compañeros.

Décadas previas a los hechos que toman a Luffy como protagonista, Brook (en ese entonces, miembro de los Piratas Rumbar) se encontraba junto a los pocos sobrevivientes de su tripulación. Luego de una ardua batalla entre piratas, muchos de sus tripulantes habían muerto, mientras que los sobrevivientes restantes se encontraban envenenados. Al encontrarse en medio del mar, el destino de su tripulación se encontraba decidido. En sus últimos momentos, deciden tocar una de las canciones que se convertiría en el emblema de la franquicia: el Sake de Binks.

---

<sup>12</sup> El campo de la traducción en el manga, al igual que la propia discusión teórica del término, puede traer múltiples aristas al análisis. Frente a franquicias que no son capaces de poseer un alcance global, las traducciones piratas son una fuente que, aunque no autorizada, aumenta la accesibilidad de los consumidores ante un producto. Sin embargo, al no poseer una traducción oficial, muchas veces los propios prosumidores toman el rol de traductores y editores para que una obra de menor difusión logre ser consumida por otros.

En un despliegue tan armónico como trágico, cada viñeta ilustra cómo el puñado de tripulantes que sigue en pie toca una melodiosa sinfonía mientras, uno por uno, caen desplomados, dejando únicamente a Brook como su último sobreviviente.

No sería hasta finales del mismo año que los televidentes del anime lograrían escuchar la canción adaptada al medio audiovisual. Su aparición en el episodio 380 bajo el nombre de «El sake de Binks. La canción que une el pasado y el presente» fue el detonante para su difusión en múltiples plataformas.

La dimensión sonora del anime, sumado a la difusión de plataformas de videos y redes, permite recordar la contribución que cada medio ofrece a una obra. En palabras de Raúl Rodríguez Ferrándiz:

Idealmente, cada medio hace una contribución exclusiva, distintiva y valiosa a la construcción de la historia, es decir, no se trata de una mera adaptación, transposición o traducción intersemiótica. Cada medio vehicula un texto que ofrece algo nuevo, de manera que el conjunto de la narración al tiempo que se enriquece y se problematiza por ese aporte, y la vecindad intertextual que ayuda a construir se hace más densa y compleja. (20)

La popularidad que alcanzó «Binkusuno Sake» (escrita en su versión romanji) no fue ignorada por el mercado, ya que, en forma de promoción a la película *One Piece Film: Red* (2022), se lanzó en múltiples plataformas (*Youtube*, *Spotify*, *SoundCloud*) una reversión de la canción interpretada por la artista Ado, cantante que, a su vez, le dio voz a Uta, personaje principal de la película.

Los prosumidores no esperaron a realizar nuevas traducciones de la canción, reviviendo su popularidad y estimulando la aparición de material audiovisual tales como recopilaciones o AMVs con escenas de la película de fondo.

Nuevamente, la interrelación mediática logra que «a medida que pasa el tiempo, el tema no se desgasta, solo se van incorporando nuevos elementos que podría mantener vigente aquella historia de antaño» (Echeverría 23). Los lectores del manga, pese a emplear una entrada distinta a la franquicia, convergen tanto con los televidentes del anime, como con los espectadores de la película, así como los consumidores de los temas de Ado y los prosumidores encargados de la traducción y edición de video.

Pese a su división teórica, tanto medios como agentes convergen constantemente en pos de la vigencia de la historia, haciendo de su entramado un *continuum* difícilmente representable por un esquema.

#### *Algunas consideraciones para futuras navegaciones (investigaciones)*

Si las formas de contar una historia demuestran cambios drásticos, probablemente no se debería de adjudicar únicamente este fenómeno al acelerado avance de las nuevas tecnologías, sino a una necesidad cultural de nuevas estructuras narrativas que exploten las posibilidades de sus avances contemporáneos:

Los relatos son básicos en todas las culturas humanas, los principales medios de los que nos valemos para estructurar, compartir y comprender nuestras experiencias comunes. Antes bien, asistimos a la emergencia de nuevas estructuras narrativas, que crean complejidad ampliando el espectro de posibilidades narrativas, en lugar de seguir una sola senda con un principio, un medio y un final. (Jenkins, *Convergence Culture* 124)

Comprender este cambio como un progreso constante anularía, en principio, la idea de cristalizar los medios en un esquema único. Es por ello que propuestas como las del presente trabajo deben de ser revisitadas, criticadas y ampliadas, expandiendo el horizonte mediático con la esperanza de alcanzar la infinitud de un universo narrativo que continúa expandiéndose.

Es pertinente destacar, a su vez, que varios elementos esquemáticos se han desplazado para futuras investigaciones, tales como la modificación geográfica de ciertas franquicias a través de edificaciones o estatuas; el papel performático que el prosumidor goza al vestirse de un determinado personaje; incluso el polémico mercado pornográfico que atraviesa al manga; flagelo que, en algunas franquicias, todos los agentes se aprovechan de ello para una mayor difusión.

No obstante, narrativas como la que plantea *One Piece*, cuyo recorrido aún se encuentra lejos de terminar, ofrecen a los prosumidores un universo dispuesto a mantenerse vigente en tanto el interés de sus agentes no desaparezca.<sup>13</sup> Por lo tanto, la responsabilidad cae en cada individuo que se perciba parte del engranaje de una franquicia. Es más, ¿acaso no todos poseemos un rasgo creador que oscila entre nuestro rol de consumidores?

En las primeras páginas de su obra, Jenkins no puede evitar esclarecer el sesgo que su trabajo contiene debido a su rol de consumidor y admirador de los productos transmediáticos:

No puedo presumir de ser un observador neutral en nada de esto. Para empezar, no soy simplemente consumidor de muchos de estos productos mediáticos; soy también un admirador activo. El mundo de los fans de los medios constituye un tema central de mi obra desde hace casi dos décadas; un interés que emerge de mi propia participación en varias comunidades de fans tanto como emerge de mi propia participación en varias comunidades de fans tanto como de mis intereses intelectuales como estudioso de los medios. (*Convergence Culture* 23)

¿Acaso los aportes académico-teóricos no son una forma de situarnos en tanto prosumidores de algún producto en concreto? ¿No podría considerarse un artículo (o su crítica posterior) como una práctica transmedia dispuesta a aceptar nuevos consumidores? Incluso si retomásemos la dimensión performática de los prosumidores, ¿encarnar las vestimentas de un

---

<sup>13</sup> Si las bases no interesan a una comunidad, no son ricas ni relevantes, los demás elementos no tienen razón de ser. Si, por el contrario, el relato base despierta el interés y es lo suficientemente rico para poder expandirse, entrarán otros elementos necesarios para que evoluciones a un universo, tales como la gamificación, el *transmedia marketing*, la interacción con los usuarios, la co-creación, y otros inherentes a las narrativas transmedia como la multiplicidad de formatos, plataformas y medios (Sánchez et al. 13).

personaje, tanto su materialidad como la historia que éste acarrea, no implica reconocer que los límites de nuestra disciplina han sido transgredidos hace mucho? Múltiples cuestionamientos que no hacen más que extender el infinito mar categorial, semántico y mediático del cual el presente trabajo ha deseado explorar. Pese a haber esbozado una suerte de brújula que nos permita desembarcar en nuevos debates, por el momento, tocará seguir navegando.

## Bibliografía

- Bernardo, Nuno. «The Future of Transmedia and the Entertainment Industry». *Narrativas transmedia. Entre teorías y prácticas*, editado por Vicente Gosciola Denis Renó Campalans, Editorial Universidad del Rosario, 2012, pp. 39-48.
- Boumans, Jax. «Cross-media on the advance.» *E-Content*, 2005, pp. 127-141.
- Castells, Manuel. «¿Comunidades virtuales o sociedad red?» *La galaxia internet*, Cultura libre, 2001, pp. 137-158.
- Echeverría, Andrea Pamela Jaramillo et al. «El cómic desde las narrativas transmedia, como herramienta de fortalecimiento de la identidad cultural e histórica en el municipio de Villa del Rosario.» *Universidad Libre*, 2021, pp. 1-31.
- Escudier, Elena Gil. «El manga: de la tradición a la cultura de masas.» *Meiji. El nacimiento del Japón universal: Simposio en conmemoración 150 aniversario*, 2019, pp. 96-107.
- Jenkins, Henry. *Convergence Culture: Where Old and New Media Collide*. New York University Press, 2006.
- \_\_\_; «Transmedia Storytelling.» *MIT Technology Review*, 2003.
- Klastrup, Lisbeth & Susana Tosca. «Transmedial Worlds – Rethinking Cyberworld Design.» *Proceedings International Conference on Cyberworlds*, 2004, pp. 409-416.
- López Corral, Manuela. *Enseñanza de la literatura y fanfiction: Continuidades entre saberes escolares y consumos culturales juveniles*. Facultad de Humanidad y Ciencias de la Educación, 2020.
- Marshall, David. *The New Intertextual Commodity*. British Film Institute / BBC, 2002.
- Martin, Dorothea et al. «Transmedia Manifest.» *Transmedia-manifest.com*, 2011, <https://transmedia-manifest.com/>
- Martínez-Gutiérrez, Fátima. «Diálogos interactivos: la evolución del ágora digital». *Narrativas transmedia. Entre teorías y prácticas*, editado por Vicente Gosciola Denis Renó Campalans, Editorial Universidad del Rosario, 2012, pp. 27-38.
- Miura, Kentaro. *Berserk*. Hakusensha, 1989.
- Montoya, Carla. «Diseño Transmedial: Cruces entre Cine, Comics y Novelas literarias.» *Cuadernos del Centro de Estudios en Diseño y Comunicación*, 2023, pp. 131-139.
- Oda, Eiichiro. *Monsters*. Jump Comics, 1994.
- \_\_\_; *One Piece*. Weekly Shōnen Jump, 1997.

- Scolari, Carlos Alberto. *Narrativas transmedia: cuando todos los medios cuentan*. Grupo Planeta (GBS), 2013.
- Villagrán León, Noemí de los Ángeles. *Las narrativas transmedia como medio de expansión del fan fiction en línea y sus derivados*. Universidad de Espacialidades Espíritu Santo, 2018.

**Referencia electrónica** | Bergonce, Agustín Alejandro.  
«Navegando fuera de los mares literarios: un acercamiento al universo transmedia de *One Piece*.» *Hyperborea. Revista de ensayo y creación*, no 7, 2024, pp. 26-39,  
<https://www.hyperborea-labtis.org/es/paper/navegando-fuera-de-los-mares-literarios-345>  
DOI: <https://doi.org/10.5281/zenodo.13914662>

Fecha de recepción: 24.06.24

Fecha de evaluación: 28.07.24

Fecha de publicación: 26.11.24