

Un estudio analiza la estrategia transmedia
- Levante de Castelló - 19/01/2017

Un estudio analiza la estrategia transmedia

► La UJI analiza como las marcas diseñan estrategias a multiplataforma través del uso de personajes de ficción

LEVANTE DE CASTELLÓ CASTELLÓ

■ Una investigación de la Universitat Jaume I de Castelló coordinada por el profesor del Departamento de Ciencias de la Comunicación Esteban Galán ha analizado el uso de personajes de ficción para diseñar estrategias transmedia en la comunicación de grandes marcas. El estudio, cuyas conclusiones se publican en la revista El Profesional de la Información, recoge el proceso de creación, desarrollo e impacto del personaje de Benito, de Cuétara creado por la productora valenciana Pasozebra Producciones.

El profesor de Comunicación

Audiovisual y Publicidad ha analizado cómo el personaje de Benito ha sabido adaptarse en estos años a las nuevas plataformas que no existían en 2003 cuando fue creado, como aplicaciones móviles tipo YouTube o la red social Facebook. Galán argumenta que el centro de la estrategia de comunicación ha continuado siendo el spot en televisión, pero a través de este contenido televisivo y del propio envase del producto se remitía al consumidor a contactar con Benito en varias plataformas. «En el envase del producto aparecía un cómic en el que el personaje de manera divertida resolvía una situación curiosa y, finalmente, invitaba al usuario a seguir nuevas aventuras en un entorno multiplataforma», apunta.

El personaje ya no figura como imagen tras un contencioso entre la marca y la productora.