

Narrativa Transmedia: Posmodernidad y valores

Marcos González Suárez - Centro Universitario Villanueva -
gonzalvez.marcos@gmail.com

Daniel Vela Valdecabres - Centro Universitario Villanueva -
dvela@villanueva.edu

Resumen

Ya no podemos hablar de espectadores de contenidos audiovisuales, ahora hablamos de prosumers: consumidores, productores y cooperadores en la expansión de contenidos. Las “no ya tan nuevas” tecnologías permiten crear este nuevo concepto a la vez que crear una nueva narrativa audiovisual.

Las Narrativas Transmedia tienen una especial forma de guión que se extiende entre diversas coordenadas de significados: verbal, visual, interactivo, icónico, sonoro, y de medios: cine, cómic, teatro, televisión, videojuego, redes sociales, en los que, evidentemente, la aportación de cada uno difiere entre sí.

En los últimos años, fruto de una nueva sensibilidad posmoderna, han proliferado historias fragmentadas en la gran pantalla: desde Tarantino y González Iñárritu hasta Terrence Malick. Estas nuevas tendencias del guión incluyen historias que comienzan *in media res* y que tienen finales abiertos. Por otra parte, los personajes son mucho más complejos en sus motivaciones y desarrollo.

Dando un paso más, los guiones ya no solo son fragmentados, sino que llegan a ser ajenos a la planificación. Se invierte el orden tradicional, ya que no es el director o el guionista el que hace una propuesta, es más bien una solución democrática.

La primera muestra reciente de este fenómeno la encontramos en la famosa serie *Lost*, en la que J. J. Abrams decidió ir abriendo puertas y creando intrigas en la trama dependiendo de los gustos y tendencias de los seguidores.

En la actualidad, se ha complementado el último capítulo de *The Walking Dead* con el nuevo capítulo del cómic y con el blog oficial. La serie no es un bloque preestablecido, ha ido evolucionando al mismo tiempo que los fans y sus microrelatos.

De esta manera, se han renovado por completo las formas de contar historias, dotándolas de una nueva dimensión. El espectador pasa a ser protagonista en las nuevas narrativas audiovisuales.

Palabras clave

Posmodernidad, Narrativas Audiovisuales, Prosumers, Narrativa Transmedia, Héroes

1. Los Prosumers deciden sobre las nuevas producciones audiovisuales

Hace un cuarto de siglo, a principios de los noventa, en Estados Unidos, los fans de *Twin Peaks* (1990), deslumbrados por la historia de la serie, inventaban, entre capítulo y capítulo, teorías sobre quién mató a Laura Palmer. Pero según avanzaba la trama, se sentían traicionados, porque David Lynch, el director de la serie, no era capaz de ir un paso por delante de ellos (Jenkins, 2006: 43), lo que hacía que la serie fuera muy predecible. La televisión, como dice Henry Jenkins, tendría que hacerse más sofisticada para seguir el ritmo de sus espectadores más comprometidos.

Con la ampliación del espectro televisivo y el aumento del número de canales, las opciones para los espectadores se multiplican. El deslumbramiento ya no es, para los productores, tan fácil de lograr en el espectador. El espectador consume televisión, pero va afinando, casi sin darse cuenta, su gusto. Este gusto se prueba a partir de la menor cantidad posible del servicio degustado, de la toma más leve, de la pizca mínima, como una muestra de laboratorio que el investigador somete a los más finos análisis. (Claire, 1999: 118). Los productores televisivos se dan cuenta de que necesitan impresionar al

espectador en un menor tiempo, con una pequeña muestra de su producto. Un anuncio de Apple Box Productions representaba al consumidor joven, con gesto desafiante y el dedo en el mando del televisor, amenazante. Decía: “tienes tres segundos, impresioname”. Este era el consumidor televisivo de principios de siglo XXI, sin compromisos con ningún programa ni serie. Eran momentos de incertidumbre, un momento de cambio en el mundo televisivo.

Hoy en día, teniendo la misma amplia variedad de programación, somos más selectivos. La especialización de la audiencia provoca una nueva dimensión con el consumidor. Ya no podemos hablar de espectadores, ahora hablamos de prosumers: consumidores, productores y cooperadores en la expansión de contenidos. Ahora no se sientan en el sofá con el mando en la mano desafiando a los productores, ahora son proactivos, intervienen en foros, dan su opinión llegando, incluso, a cambiar el guión de un programa. Los programas, cada vez más, están pensados para la era de Internet: están diseñados para ser discutidos, diseccionados, debatidos, predichos y criticados.

Esta capacidad de los prosumers es la que hace que los programas de televisión no dejen ningún resquicio vacío. Cualquier hueco en la trama de una serie abre un universo de historias para estos productores mediáticos. Cada elipsis es un hueco potencial para que un fan lo rellene. El director o productor que cuenta una historia no puede presentarla y olvidarse, pues lo que cuenta en su producto audiovisual es sólo el principio de lo que después se hace en los *fan-sites*. Ahí es donde los productores, hoy en día, tienen que canalizar sus esfuerzos. Los que no logren reconciliarse con esta nueva cultura participativa verán decrecer su negocio.

Surgen dos puntos. Las industrias mediáticas tienen que aprovechar las corrientes creativas de los fans que hacen que se corra la voz de sus productos en un mercado donde la oferta es enorme. Por otro lado, deben canalizar esta corriente creativa para que no quede fuera de control, aunque prácticamente es imposible canalizarlo por completo. Así, podemos distinguir, también, dos corrientes: la corriente prohibicionista, que está en la mayoría de las empresas

televisivas, y la corriente colaboracionista, que poco a poco va ganando peso en estas empresas (Jenkins, 2006: 139).

Un ejemplo de esta corriente colaboracionista lo tenemos en series que vemos hoy en día. Por ejemplo, *Lost* (*Perdidos*, 2004). J.J. Abrams, su creador, tenía claro que los fans eran una parte fundamental en el desarrollo de la serie. Eran sus consumidores. Eran quienes expandían su producto y lo daban a conocer a más consumidores. Por ejemplo, las novelas que se escribieron basadas en las vidas de algunos supervivientes del trágico vuelo Oceanic 815 que iba de Sydney a Los Ángeles. Las novelas son: *Endangered Species* (Cathy Hapka, 2005), *Secret Identity* (Cathy Hapka, 2006), *Signs of life* (Frank Thompson, 2006) y *Bad Twin* (Gary Troup, 2006). Además, los foros de discusión en línea creados por los fans fueron el ámbito natural de resolución de enigmas y preguntas que planteaba el videojuego *Lost: Via Domus* (2008). Entre los contenidos generados por los fans encontramos miles de producciones, tanto paródicas como no paródicas, en redes sociales como Youtube y Fanfiction. Otra práctica de expansión narrativa presente en *Lost* es crear personajes secundarios y hacer *spin-off* de ellos. Por ello, los fans sabían que J.J. Abrams tenía en cuenta los *fan-sites*, se sentían parte de la serie, sus opiniones sobre los personajes y los actos eran valoradas. Hoy en día no cabe un productor que no tenga en cuenta a los fans, pero es imprescindible que dejen de lado las preocupaciones sobre las posibles violaciones a sus derechos de autor. (Scolari, 2013)

Otro ejemplo de entretenimiento de inteligencia colectiva es el universo de *Matrix* (1999). Se desarrolla a través de múltiples plataformas (películas, series, videojuegos) de manera que cada una complementa a las demás. Así, cada medio hace lo que mejor sabe hacer de forma independiente, es decir, no hace falta ver la película para disfrutar del videojuego, y viceversa. En caso contrario, teniendo que jugar al videojuego para entender las películas, o teniendo que ver la serie para entender el videojuego, se conseguiría perder el interés del consumidor.

Pero, además, la profundidad de investigación al analizar sólo la película es inmensa. Ya sea en foros de *fan-sites*, en conversaciones con amigos, en

revistas, entrevistas con los autores, etc. se descubren elementos que, de primeras, son irrelevantes pero, una vez analizados, vemos que tienen significado propio. Por ejemplo, los números de las matrículas de los coches como DA203 ó IS5416, son versículos bíblicos (Daniel 2:3, Isaías 54:16, respectivamente) que hablan de lo que está aconteciendo en la historia en ese momento. Otro ejemplo válido es que las vallas publicitarias a lo largo de las películas contienen códigos que pueden usarse para acceder a niveles secretos en el videojuego *Enter the Matrix* (2003). Estas cuestiones, como decíamos, van apareciendo según el colectivo de fans analiza a su vez, casi fotograma a fotograma, las películas. La cantidad de ejemplos es tan grande que hace casi imposible para cualquier consumidor dominar el universo creado por los hermanos Wachowski.

Si se ofrece a los espectadores suficiente material para explorar, explorarán. No todos, pero sí algunos. Y aquellos que exploren y saquen partido del mundo que les has construido serán siempre tus fans, y esa fuerza y energía que te dan no se compra con la publicidad.

La realidad es que una inmensa mayoría de espectadores que han disfrutado de las películas de *Matrix* no han jugado, ni jugarán, al videojuego. Esto provoca, como podemos imaginar, ciertas carencias y dudas acerca de la trama. Desde luego, las podrían solventar con el videojuego, con la serie de animación *Animatrix* (2003), o preguntándolo y comentándolo en sus círculos sociales.

No es casualidad que en un momento dado, Neo coja de su estantería un ejemplar de *Simulacra and Simulation* (1981), de Baudrillard, uno de los padres de la posmodernidad. El principal equívoco señalado por el filósofo francés gira en torno a la confusión entre ilusión y simulacro. Éste último es uno de los pilares conceptuales de la obra de Baudrillard, y como él mismo no se cansa de repetir, “lo que se opone a la simulación no es lo real, que no es más que un caso particular, sino la ilusión”¹. *Matrix*, aunque no sea una película propiamente posmoderna, hace constante referencia a la posmodernidad: alude implícitamente, y en ocasiones explícitamente, a abundantes elementos

¹ Baudrillard, J. cit. en Dopazo Gallego, A. (2005)

de este pensamiento. Por ejemplo, la frase que le dice Morfeo a Neo antes de entrar en la “Madriguera del conejo de Alicia”: “You have been living inside Baudrillard’s vision; inside the map, not the territory”². Aún con todo esto, Baudrillard se encargó de negar su influencia en la película.³

2. Presentismo, fragmentación del relato y la ausencia de héroes en una sociedad informe.

Liotard (1979) bautizó como posmodernidad a la nueva sociedad que otros llamaron sociedad informe (Imbert, 2010: 14) o, incluso, antimodernidad (Habermas, 2008: 19). Es conocido que una característica de la posmodernidad es la ausencia de los grandes relatos: no tienen legitimación las historias de las grandes religiones, como la judía, la cristiana o la musulmana; lo mismo sucede con las ideologías uniformes que se crearon desde la Ilustración. La ciencia deja de ser verdad indubitable y pasa a ser un componente más de un mundo fragmentado. Este nuevo credo, que en realidad es ausencia de credo, se mueve en espacios y categorías contrarios sin que sea vivido como contradictorio (Bauman, 2005).

En el mundo audiovisual se manifiesta por diversas características. Una será evitar las historias unitarias, es decir, la vida es un cúmulo de fragmentos y de sensaciones que se van sucediendo en el tiempo. Los relatos no tienen una moraleja, porque de hecho, muchos de ellos no tienen final. Las obras quedan en el aire, con finales abiertos.

Ya hemos visto cómo los prosumers se convierten en protagonistas de las producciones, los *fans-sites* son también guionistas y casi directores en las nuevas series. Esto hace que los nuevos productos audiovisuales y, en general, los nuevos relatos, sean necesariamente abiertos. Se dan estos finales abiertos porque muchas veces no hay un objetivo definido, el único fin es el fin comercial, tal y como señalamos en el caso de *Lost*.

² “Has estado viviendo dentro de la visión de Baudrillard; en el interior del mapa, no en el territorio.”

³ *Le Nouvel Observateur* (19-25 Junio 2003). En la entrevista que le hacen a Baudrillard en esta revista, él subraya que se negó a colaborar con los hermanos Wachowsky, por representar -Hollywood- una industria de la cual no espera ninguna aportación filosófica.

Actas – VI Congreso Internacional Latina de Comunicación Social – VI CILCS – Universidad de La Laguna, diciembre 2014

Entre las muchas películas que se pueden mencionar está *No es país para viejos*, donde tanto en la novela de Cormac McCarthy (2005) como en la película de los hermanos Cohen (2007), el protagonista Llewelyn Moss (Josh Brolin) es un pobre hombre que muere a mitad de película, mientras que el antagonista Chigurh (Javier Bardem) -que es un psicópata asesino- se hace con el protagonismo y continúa su vida de desalmado. Al final, tiene un accidente, pero cojeando continúa por la carretera sin saberse a dónde llegará. Imbert, Maffesoli y Bauman mencionan el *presentismo* como otro elemento de la sociedad informe o sociedad posmoderna:

La sociedad informe es aquella cuyas referencias se diluyen -porque sus sistemas ideológicos se derrumban, ya no orientan las conductas-, cuyos fines se pierden en la nebulosa de incógnitas que pesan sobre el futuro, una sociedad que se repliega en el extremo presente, de acuerdo con ese presentismo que han destacado varios analistas (Maffesoli, Bauman, entre otros) (Imbert, 2010:14)

Estamos en la época de las modas, del *look*, de la inestabilidad de las relaciones; frente al sistema de los valores, que se asienta en ideologías y modelos, sean religiosos o de pensamiento. No es una sociedad de certezas, sino una sociedad de incógnitas. De hecho, la democracia se convierte en el principal referente, ya que todos pueden opinar sobre lo que les incumbe y se les tiene en cuenta. En este panorama, se entiende que las opiniones de los *fans-sites* cuenten muchas veces al mismo nivel que las de los guionistas de las series.

Se comprueba en algunas de las nuevas narrativas audiovisuales que hay una fascinación por lo inmediato. Aquí entra la necesidad de las emociones fuertes: quiero sentir, llorar, temer, sorprenderme...

Virilio dice que una sociedad que privilegia considerablemente el presente, el tiempo real, en detrimento tanto del pasado como del futuro, privilegia también

el accidente. Ya que, en cualquier momento, todo puede ocurrir y de la manera más inesperada, una civilización que promueve la inmediatez, pone en escena la catástrofe (Virilio, 2010).

Esto explicaría la sobreabundancia actual en las pantallas de películas de zombies, de vampiros, de catástrofes... Hay una necesidad de sentir emociones fuertes e instantáneas.

Junto con este *presentismo*, la fragmentación del relato y los finales abiertos, también se experimenta una transformación en los personajes. En los últimos años, los personajes son cada vez más complejos, unidos a la complejidad de la vida real. Son casi inexistentes los héroes clásicos, pero incluso los héroes cotidianos o comunes son escasos.

3. Reacción frente a los postulados posmodernos

Desde hace algunos años, el panorama cinematográfico, en concreto el americano, está sacando a la luz películas en las que se magnifica la maldad del antagonista. Películas como la ya mencionada *No es país para viejos* en el año 2007, *Pozos de ambición* (2007), *El caballero oscuro* (2008) en su personaje de Joker, *En tierra hostil* (2010), *Cisne negro* (2011), *Django desencadenado* (2013), *La gran estafa americana* (2013), *El lobo de Wall Street* (2013), muestran una clara tendencia y una predilección por incluir en sus guiones elementos de la posmodernidad. Contrario a esta corriente de cine americano, el cine europeo está sorprendiendo por su creencia en el hombre: *La vida de los otros* (2006), *Bárbara* (2012), en las que se cree en el hombre en una sociedad comunista, *El discurso del rey* (2011), *Blancanieves* (2012), entre otras muchas.

En la actualidad, y frente a esta corriente que hemos comentado, algunos directores se están revelando ante esta posmodernidad que vemos en el cine. El mexicano Alfonso Cuarón, director de la película *Children of men* (2006), decidió realizar el proyecto y darle una vuelta de tuerca a la novela homónima de P. D. Jame, para realizar un trabajo con valores explícitamente positivos, esperanzadores, con un trasfondo espiritual.

John Carney, director irlandés, autor de *Once* (2007), también muestra en sus personajes una evolución y una visión de la vida muy positiva. Carney busca para sus personajes una catarsis que les haga mejores personas, tiene un fin para ellos. Así, en el propio título de su película *Begin Again* (2013), se refleja ese recomenzar. Y como vemos en el protagonista, Dan, aún estando en su peor época, decide confiar y apostar por un nuevo proyecto musical que le ayudará a resolver sus problemas matrimoniales y recuperar, además, la relación con su hija.

Este revuelo anti-posmoderno se refleja también en directores americanos. Uno de ellos es Josh Radnor, actor protagonista en la serie *Cómo conocí a vuestra madre* (2005) en el papel de Ted Mosby. Como dice Radnor, director de *Happythankyoumoreplease* (2010), su *ópera prima*, en una entrevista concedida a la revista de crítica cinematográfica Fila Siete:

Siempre me decepcionan las películas en las que se presenta un conflicto y el problema siempre empeora... Me interesa la evolución de los personajes, quiero ver cómo mis personajes crecen, quiero verlos salir adelante a su manera, mejorar su situación y su visión de la vida. Que los personajes no se queden anclados, aunque lo estén al comienzo No hay que pararse ahí, hay que seguir. (Orellana y Fijo: 29-3-2013)

En su segunda película, *Amor y letras* (2012), Radnor hace alusión a ese *carpe diem* del que hablábamos antes:

Esa noción de Carpe Diem -aprovecha el momento- puede ser contaminada, corrompida, se convierte en “puedo coger lo que me apetezca, sea lo que sea lo que me apetezca” Y no se presta atención a las consecuencias que pueden venir de esas acciones. (Orellana y Fijo: 29-3-2013)

Empieza a aflorar levemente el “giro posmaterialista” que vaticinaba Ronald Inglehart (1994). Según este, después de la generalización de la prosperidad económica –a pesar de las crisis o precisamente por ellas-, junto con la ausencia de guerras en occidente, en estas sociedades se produce una “revolución silenciosa”. Esta revolución consiste en la emergencia de una

Actas – VI Congreso Internacional Latina de Comunicación Social – VI CILCS – Universidad de La Laguna, diciembre 2014

nueva generación de valores no materialistas: mayor interés por los valores estéticos, preocupación por el medioambiente y la política, y un nuevo sentido de la espiritualidad.

Referencias bibliográficas

Claire, J. (1999): *La responsabilidad del artista*, Madrid: Visor.

Dopazo, A. (11-11-2014) *Un ensayo en torno a la viabilidad de los actores en un mundo isotrópico*, España. www.konvergencias.net/baumatrix.html

Habermas, J., (2008). “*La Modernidad, un proyecto incompleto*”, en VV.AA.: *La Posmodernidad*. Barcelona: Kairós. 1985.

Imbert, G. (2010): *La sociedad informe. Posmodernidad, ambivalencia y juego con los límites*. Barcelona: Editoria Icaria.

Inglehart, R. y Díez Nicolás, J. (1994). *Tendencias mundiales de cambio de los valores sociales y políticos*. Madrid: Fundesco.

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

Lyotard, J. (1987) *La condición postmoderna*. Madrid: Cátedra. 1979

McCarthy, Cormac (2006): *No es país para viejos*. Barcelona, Mondadori.

Scolari, C.A. (2013): *Narrativas Transmedia, cuando todos los medios cuentan*. Barcelona: Deusto.