Los nuevos medios demandan nuevas narrativas

POR **ALBERTO GARCÍA GARCÍA**

Narrativas audiovisuales digitales.
Convergencias de medios, multiculturalidad y transmedia

Virginia Guarinos y Ana Sedeño (Coords.)

Madrid: Fragua, 2013, 414 p.

ISBN: 978-84-7074-606-2

La narrativa audiovisual, base sobre la que se articulan los discursos en los medios, necesita de una reflexión donde se introduzcan todos los parámetros que el uso de la tecnología está haciendo variar, tanto en el fondo como en la forma de construir y entender la realidad. En este sentido, no creo que existan narrativas digitales o analógicas, sino que la narrativa es independiente de la tecnología; es una manera de contar y esto se construye desde el lenguaje. Una característica de la tecnología digital es que sistematiza y clona, lo que parece de algún modo ir en contra de la independencia de cada relato. Se podría entender que la tecnología condiciona el relato, pero no lo construye por sí misma.

Nuevas fórmulas para la narrativa

BY NC ND

El presente libro aborda la necesidad de encontrar nuevas fórmulas de narrar a partir de la convergencia de medios y la multiculturalidad, estructurando el relato en dos partes principales: el contexto general y los formatos y relatos. No obstante, existe un tercera parte -implícita en la segunda- y que se refiere a los proyectos docentes encaminados a explicar esta nueva realidad a los futuros profesionales. Este hecho me parece fundamental para explicar y cerrar adecuadamente el proceso regenerativo que está produciéndose en la narración digital.

Los cinco primeros capítulos están destinados a comprender las circunstancias implícitas en este cambio, empezando por las diferencias entre la narratología estructuralista y la narratología cognitiva, para explicar la conexión entre la estética de la producción y la estética del efecto. Las claves para entender este nuevo contexto están supuestas en las incipientes claves de producción y realización asociadas a las nuevas maneras de comunicar y construir inherentes y propias de la tecnología digital: el cine sin autor y el *crowdfunding*. Esta nueva manera participativa de entender la narración convierte el texto en una experiencia colaborativa y participativa entre el autor y el público, variable que está presente en el resto del libro con cada una de las propuestas reflejadas.

Desde esta perspectiva, la narrativa audiovisual digital y su relación con la credibilidad impone nuevas dinámicas que implican narrativas menos mediatizadas y más sujetas a los puntos de vista de aquel que construye el relato, en función, principalmente, de la tecnología de la que dispone. Por este motivo, es imprescindible una nueva alfabetización mediática que englobe las nuevas capacitaciones profesionales y su influencia en la Academia, aspectos abordados en el capítulo cuatro de este libro.

El último capítulo de esta parte nos sumerge en formatos específicos y narrativas asociadas a la crisis que trascienden la pantalla y se convierten en referentes en el mundo real. Así, las audiencias se convierten en masa reivindicativa asociada a estos formatos que buscan el descontento social ante la crisis para consolidar las audiencias de sus programas. En definitiva, algo tan manido y tan viejo como las narrativas asociadas a la realidad cotidiana, a la que nos construye como individuos y como sociedad y en la que se introducen nuevas herramientas que la transforman y consolidan.

A partir del siguiente capítulo, la estructura sitúa al lector frente a experiencias concretas que abordan los aspectos de producción y de formación que se han ido realizando y que han resultado interesantes para las coordinadoras del texto, cuyo el criterio en la elección de las mismas es de elogiar. Así, la transmedialidad, la construcción de la individualidad a raíz de nuevos formatos, las ciudadanías audiovisuales que han transformado radicalmente la escena mediática, pasando de la sociedad de audiencia de masas a la sociedad masiva de expresión, constituyen el punto de partida.

En el siguiente capítulo se nos explica la importancia del tráiler en la nueva estrategia narrativa mediática, lo que ayuda a introducir la nueva narratividad del videojuego como un museo imaginario en el que el relato propuesto destruye el concepto de autor, deteniéndose en lo iconográfico y rompiendo con lo iconológico.

Otra experiencia son las nuevas plataformas de distribución de contenidos asociadas a las TIC,

Fundación Telefónica

como el teléfono móvil que implican estrategias específicas que demandan un alto grado de eficacia en los mensajes construidos ex proceso y que están construyendo el mensaje personalizado para huir de la audiencia masiva. Este nuevo universo, aunque estudiado, se encuentra en un estado incipiente y queda todo por definir, tal y como queda demostrado que está ocurriendo en el lenguaje fílmico según leemos el capítulo dedicado al autor brasileño Kiko Goifman.

Investigación y docencia

En el capítulo once se aborda la realidad de la investigación y la docencia en la Comunicación Audiovisual en los planes de estudio en Argentina, trascendiendo la necesaria convergencia entre empresa y universidad para complementarse en una realidad educativa más próxima a las necesidades profesionales que a la reflexión de las nuevas narrativas de los medios. Interesante ejercicio de realidad que concluye retratando el inmovilismo de la investigación frente a la demanda transmediática que los alumnos parecen demandar y que, por otro lado, es necesario para la industria.

La realidad del cine colombiano se descubre a partir de los temas y, sobre todo, de los personajes que construyen las realidades. La importancia de descubrir el contexto, aquello que por no ser narrado deja de existir, es la principal reflexión que nos encontramos en este capítulo en el que, de manera magistral, se nos da a conocer la realidad de un cine que queda superada por la propia realidad contextual de aquello sobre lo que narra.

Esta necesidad de narrar la realidad social que construye un país también se ve reflejada en la industria cinematográfica mexicana. Descubrimos cómo este país ha visto mermada su capacidad de producir películas debido a acuerdos con las grandes majors norteamericanas, que han colapsado su capacidad de producir más allá de las prioridades establecidas por ellas. Así, a partir del análisis de dos películas (*Salvar al soldado Pérez* y *Miss Bala*) descubrimos cómo existe una ambivalencia entre cine comercial y artístico que se ve reflejada en las cuotas de pantalla y que está dando a conocer la realidad de un país fundamental para entender la realidad latinoamericana.

El siguiente capítulo aborda las fórmulas emergentes de construcción narrativa a partir de la transmedialidad del discurso y su plasmación en nuevas maneras de abordar la enseñanza de guión dentro de los estudios de Comunicación. Para ello, las autoras explican la manera en la que trabajan con los alumnos la narrativa transmedia a partir de cuatro acciones didácticas diferentes, ya que como ellas mismas indican se habla mucho de la producción transmedia pero poco de recomendaciones para narradores transmedia.

Este trabajo se complementa en el siguiente capítulo, donde se explican las nuevas necesidades de construcciones narrativas a partir de un caso práctico y específico, como son las ‘webseries’, ya que la convergencia mediática no se limita a la producción y a la tecnología, sino que es una transformación cultural que afecta a los medios. Para abordar todos estos conceptos, explican una serie de proyectos que se han convertido en el «paradigma de una narración hipertextual y participativa, en la que creadores y receptores comparten funciones». Este necesario objeto de reflexión se cierra en el siguiente capítulo, en el que se descubre la

Fundación Telefónica

necesidad de aprender narrativa para los estudiantes de Comunicación y cómo esta materia se ha abordado a lo largo del tiempo y, más importante aún, cómo se ha implantado en las universidades españolas dentro del nuevo Espacio Europeo de Educación Superior. Esta visión pragmática permite tener los datos necesarios para entender la importancia de la formación de la narrativa en los estudios de Comunicación.

En el último capítulo se aborda la presencia de las televisiones andaluzas en la Red, como modelo contextual extrapolable a otras Comunidades y que puede ayudar a entender la visión empresarial de la necesidad de buscar nuevas fórmulas narrativas que ayuden, básicamente, a la supervivencia del propio modelo de negocio en el que están basados los medios de comunicación españoles en la actualidad. El uso de las redes sociales, programación específica, canales temáticos en Internet, *streaming*, televisión a la carta, *blogs*, etc., son analizados para explicar la nueva narratividad.

Si hay algo que descubres cuando terminas de leer este libro es que, a pesar de todo lo andado, todo está por descubrir en esta nueva cultura digital. Y esto parece un viaje apasionante que es necesario narrar. En esta dirección, este libro parece ser una buena guía para empezar el viaje.

Fundación Telefónica