

# *Transmedia:* los **MUNDOS PARALELOS** del **CINE**

Entrevista a

**JULIO WISSAR**

¿Qué es una narrativa *transmedia*? Esta interrogante es respondida por nuestro entrevistado, editor de cine y conocedor cercano de cómo la internet, en sus primeros pasos, empezó a desarrollar este tipo de relato.

*José Carlos Cabrejo*



Fotos: Sofía Bedoya.

## Cuéntanos tu experiencia, ¿cómo surge tu interés por lo *transmedia*?

Lo mío es el cine. Desde chico me encantaba la idea de trabajar en una carrera cinematográfica, estudié en Lima hasta quinto-sexto ciclo, y de ahí me ofrecieron una beca completa en una escuela de cine de Florida (UCF Film School), en Estados Unidos. Y por ahí empieza mi acercamiento al *transmedia*, sin querer, porque yo llego a la universidad luego del boom de *El proyecto de la bruja de Blair*, una película sin mucho valor técnico o narrativo, y de escasos recursos, pero que sin embargo terminó convirtiéndose en un fenómeno mediático a partir de la inclusión de una campaña de intriga por internet, cuando la internet no era ni la cuarta parte de lo que es ahora.

### Claro, antes de lanzar la película señalaron en una página web que los chicos que aparecerían en la película habían desaparecido.

Exacto, y esa página web sigue colgada, y ahora mis alumnos de *transmedia* la pueden chequear para ver cómo se inició la cosa, porque ese fue un primer hito, a pesar de que hay hitos anteriores, pero fue un primer hito de algo que empieza muy pequeño y se convierte en algo totalmente masivo, es decir, cómo una película que costó treinta mil dólares termina haciendo 300 a 350 millones de dólares. Entonces yo llegué cuando ya había pasado esto, la bulla había desaparecido. La universidad se colgaba un poco de la fama de lo que logró esta modesta producción. Yo llegué en el 2002 y ya la UCF Film School había cambiado. Era una universidad donde podías empezar con este tipo de narrativas, o pensar en contar historias con un mínimo de presupuesto teniendo en cuenta, ya desde entonces, las posibilidades que traía consigo la web. Y ahí llegué yo. Ahí mi relación con lo digital no era tan grande, y me gustó mucho lo que generó, sobre todo en la manera que el público se conectaba con el material, a nivel profundo. La idea de que las historias se puedan expandir fuera de la narrativa principal (de la película), y que permitiera al público adentrarse aún más en la historia o llegar a formar parte de esta me parecía alucinante. Uno viene con la idea de que te van a enseñar a hacer tu trái-

ler y tu póster, y esto junto a un par de entrevistas van a garantizar o no que tu película sea un éxito, pero en la narrativa *transmedia* uno se da cuenta de que la película puede ser el plato fuerte pero que las historias secundarias y todo aquello que se crea para nutrir tu narrativa principal tienen igual o mayor impacto en el público que la publicidad tradicional. Además, hace que la historia original sea más rica y le permite al público acceder a ella a partir de diversos puntos de entrada y de alguna forma, lo hace parte de la narrativa. Ahora que el término ya ha sido acuñado, se está empezando a crear contenidos *transmedia* diversos y con mucho potencial para diversos públicos mundialmente.

Entre las grandes franquicias está *La guerra de las galaxias* que Disney le compró a George Lucas. Y podríamos decir que esa franquicia es la más grande que hay porque empieza desde los setenta con la película, los muñequitos, los cómics, los especiales de televisión, etcétera. Cada producto aporta y expande un poquito más un universo narrativo coherente, con muchos personajes, planetas, vehículos, y una infinidad de historias que se pueden contar a partir de lo que se ha establecido en las películas y demás expansiones. Es un universo en constante movimiento y crecimiento porque tiene reglas reconocibles tanto por los emisores de contenido como por sus usuarios. Y adherirse a este código de *La guerra de las galaxias* permite que el *fandom* mundial se identifique con la historia y sus personajes fácilmente. Ahora quieren expandirse más: estamos hablando de tres películas que continúan la narrativa original pero también de *spin-offs*, cintas de personajes secundarios que no aportan mucho a la narrativa original pero que son de gran importancia para los fans. Y ellos lo son todo en las narrativas *transmedia*.

### Entonces, ¿lo *transmedia* es una multiplataforma?

Se cree que ser *transmedia* es ser multiplataforma, pero definitivamente no es lo mismo. Por ejemplo, si un alumno hace un cortometraje, puede decidir hacer un tráiler en internet, pasar el corto en un canal web, y de ahí proyectarlo en el cine en un festival de cortometrajes, para luego pasarlo por televisión. Así el corto ha dado vuel-

ta por varios soportes, pero, ¿se está haciendo *transmedia*? Yo te digo que no estás haciendo nada de eso porque siempre se trata del mismo producto, la misma historia yendo por todos lados pero en todo su recorrido sigue siendo exactamente la misma historia: estás ofreciendo una sola visión de la narrativa, un único punto de vista. Ahora, si este corto fuera parte de una historia más grande, que solo se puede ver en dispositivos móviles y por entregas semanales, por ejemplo, y lo que vemos en el festival de cine es una secuela o precuela de esto, ya estamos hablando de universos *transmedia* porque cada producto cuenta una parte de la historia y lo hace en un soporte diferente. La interacción entre las partes hacen que el todo sea mucho más completo y la experiencia como espectador mucho más enriquecedora que en el caso tradicional. Yo creo que esto en el Perú aún no se está logrando, aunque en la publicidad ya se está utilizando con algunos productos reconocibles como Inka Kola. Pero en los canales de televisión no hay nada nuevo aún.

De lo que trata el *transmedia* es de crear un universo narrativo coherente, en el que puedas entrar como director, productor de la historia, pero también en el que puede entrar el público, y eso no quiere decir que vaya a tener menos importancia el creador del universo narrativo: como tú eres mi fan, estoy creando una historia para ti y tú me estas devolviendo esa historia con una modificación. Y en el nivel de usuario vas a jalar más gente, yo estoy dejando que entres ahí y le cuentes al mundo lo que has hecho.

Antes se creía que las historias debían contarse en un soporte específico y de manera lineal. Y ahora estamos entrando a una época donde las historias lineales pueden ser solamente una parte de una gran historia que puede o no contar con muchas tangentes, muchas líneas narrativas, y personajes que pueden ser abordados tanto por el creador del producto como por los fanáticos de este. Las líneas que dividían de manera indiscutible la relación entre el emisor y el receptor se empiezan a desvanecer y son remplazadas por una relación donde ambas partes cumplen las dos funciones. Esto también es *transmedia*.

### Entonces la narrativa *transmedia* como tal cruza dispositivos

## diferentes: cine, YouTube, televisión...

Lo del fenómeno *transmedia* es tan nuevo que lo comparan con el paso del cine mudo al sonoro. Todavía se está creando un lenguaje. Todavía no existe alguien que haya dicho “tiene que ser así la narrativa *transmedia*, de esta forma”. Se han dado conceptos muy básicos de lo que tendría que hacerse al respecto. Por ejemplo, se dice que la narrativa *transmedia* debería tener de tres a más soportes digitales o no. Se están creando reglas para que no se pueda decir que cualquier cosa es *transmedia*. A pesar de que yo creo que al final todo es “transmediable” no se puede pensar que cualquier cosa que uno hace lo es solamente porque se le agrega otro soporte, esa es una visión facilista del asunto. Yo creo que tiene que ver con la historia y esta historia que tiene su recorrido transmediático, debe ser buena. Es como decir que cualquier película que tenga una estructura narrativa de tres actos es inmediatamente una buena película, ¡no es tan fácil!

La historia tiene que avanzar, es como en los paseos de las atracciones en Disneyworld, que te meten a un carrito y eres parte de la historia mientras estás dentro del vehículo. Si bien la historia debe poseer un recorrido y que tenga que ser multiplataforma, no todas las historias tienen un camino que valga la pena hacer (igual que las atracciones de Disney, hay unas mejores que otras). Entonces, sigue tratándose de contar una buena historia, que enganche a tu público.

## UNIVERSOS EXPANDIDOS

**En este cambio de soporte, la historia general al final de cuentas va sufriendo mutaciones. Los personajes, como si estuvieran en *El jardín de los senderos que se bifurcan* de Jorge Luis Borges, ingresan a tiempos paralelos que se cruzan.**

Tenemos casos como los de *Harry Potter* y *La guerra de las galaxias*, en los que los fans están tan comprometidos con el producto que ellos quieren ver cada vez más y más de él. Quieren ver historias expandidas de sus personajes favoritos y si es que los creadores no las

tienen en mente, ellos mismos las van a crear.

En *La guerra de las galaxias* justamente hace poco algo tremendo sacudió a su base de fans. La historia va así: como se creía que ya no se iban a hacer más películas, se permitió la creación de un universo expandido a partir de libros, cómics, videojuegos y demás. Se permitió a los fans crear también literatura original, personajes, y continuar la saga a partir de las seis películas lanzadas por George Lucas. Por muchos años, él estaba feliz y los fans eran felices y la galaxia de *Star Wars* parecía finalmente estar en paz. Sin embargo, llega Disney, compra la franquicia y anuncia tres nuevas películas. Los fans estallan de alegría, pero para esto tendrían que pagar un precio muy alto. Para el horror de los fans, el universo expandido que cocrearon y nutrieron por años ya no sería parte del universo narrativo original. Las historias “expandidas” dejarían de ser oficiales y desde ahora se conocerían como “leyendas”. Los fans contraatacaron, hubo una reacción mundial en internet, las redes colapsaron por unas horas. Una sola película y sus implicaciones a largo plazo fueron suficientes para hacer colapsar las comunicaciones en mitad del planeta por un par de horas, eso me pareció increíble.

Lo que hizo Disney después fue lo necesario para calmar las aguas: agradecieron los años que dedicaron los fans de *La guerra de las galaxias* a la creación del universo expandido, acuñaron el término “leyendas” a partir de un video viral emotivo como para que llore hasta el más duro de los fanáticos de la saga. Y juntaron a productores, directores, guionistas, actores y fanáticos en un evento anual en el que anunciaron que todos, como familia, debían mirar hacia un futuro en común con nuevas aventuras en una galaxia muy, muy lejana. Los fans, Disney y los creadores de la saga hicieron las paces finalmente y ahora todos aguardan con ansias el estreno de la nueva saga.

### ¿En cuáles formatos se expanden estas historias?

Hay de todo porque la tecnología actual permite que se publiquen relatos escritos en blogs especializados como también se pueden crear videos relacionados con *La guerra de las galaxias* para YouTube, Vimeo o algún otro canal es-

pecializado. Mientras haya fans de por medio, va a aparecer contenido original. Puede venir por las vías oficiales o no, pero un verdadero fan va a generar contenido para la franquicia de sus amores, y lo va redistribuir como sea necesario. Puede ser un ‘meme’ o un disfraz de su personaje favorito, con un cortometraje *fanfiction* en YouTube, con una parodia, un videoclip, o un ‘remix’. Lo más impresionante que he visto últimamente es un libro real titulado *William Shakespeare escribe Star Wars*. Se lee como una obra de teatro por actos, escrito en un inglés en desuso, y cubre los eventos de la película. Es como un Hamlet cruzado con Darth Vader.

Las redes han permitido eso porque antes teníamos solo televisión, cine y radio. Y uno veía y escuchaba, pero era muy difícil que alguien te escuchara a ti. Era únicamente el receptor. El emisor era ese personaje intocable que enviaba el mensaje para que uno lo recibiera, y eso era todo. Iba al bar o me juntaba con los amigos después de la película y decía “¡Qué bueno! Me gustaría tener más de esto, no puedo esperar a que salga otra”, y me sentaba a esperar, porque no había más que uno como fan pudiera hacer.

No existía la forma en la que se pudiera interactuar directamente con la historia. Ahora sí se tiene una voz y eso es importante, porque se está dándole un lugar privilegiado al consumidor y se convierte en partícipe del proceso creativo.

### ¿Y legalmente, cómo están manejando esto? ¿Qué está ocurriendo con el tema de los derechos de autor ante el fenómeno *transmedia*?

He visto que con el tiempo han cambiado las políticas de los videos de YouTube, tengo entendido que mientras se tenga material original se puede monetizar lo que uno quiera, pero cuando se empieza a utilizar contenidos que no te pertenecen, como canciones de artistas conocidos, estarán bloqueados para mi uso o los bloquean después de un tiempo cuando lo descubren. Ahora, yo que soy fan de *La guerra de las galaxias* puedo subir a YouTube *La guerra de las galaxias* en tres partes y a las dos semanas mi video desaparecerá; porque estoy usando material que no es mío para sacar algo

de provecho de este. Pero si hago una parodia de *La guerra de las galaxias* o un corto de alguno de sus personajes, no pasa nada porque no estoy afectando al producto original, es más, le estoy agregando valor como fan. A veces es tan simple como decir que mientras el dueño del contenido no diga nada, tú todavía lo puedes tener ahí.

Hace poco hicieron un video en Túnez con la canción "Happy" de Pharrel Williams. La canción es un *mash up* con los personajes de *La guerra de las galaxias* en una de las locaciones originales de la película. El video tuvo millones de visitas el primer día, y el mismo Pharrel dijo que lo vean, así que no creo que haya habido algún problema en cuanto a los derechos de la canción. Se ha comenzado a dejar que las cosas fluyan un poco más libremente, pero eso no significa que todo lo que alguien más ha hecho esté disponible para su uso.

**En un caso específicamente peruano, la serie de internet *Los cinéfilos* presenta diversos homenajes que reinventan escenas populares de cintas clásicas.**

En este caso no están haciendo nada malo, el contenido lo están produciendo y hacen homenajes. Creo que es un tema de a hasta dónde se puede llegar sin incurrir en alguna falta. Ellos parodian, hablan de esos temas, pero no copian. A mí me gustaría ver a *Los cinéfilos* convertido en algo *transmedia*, verlos en algún lado fuera de su sofá. O verlos algún día por Miraflores discutiendo sobre alguna película. Eso me haría meterme más en su mundo ficcional. ¿Están listos *Los cinéfilos* para entrar a un universo *transmedia*? Yo creo que sí.

**¿Consideras entonces que en el Perú el *transmedia* es algo que falta desarrollar muchísimo más?**

Yo creo que todavía no se ve como una forma viable de crear contenido o de narrar una historia. O lo que piensa todo el mundo, tiene que darte plata para que valga la pena. "Pero hay que empezar a jugar con el *transmedia*, es una caja de herramientas en plena infancia", afirma Wissar. Todavía no hay suficiente contenido en Latinoamérica para decir que eso aquí no funciona. Como cualquier otra cosa requiere de tiempo, de cometer errores, replantear



"...hay que empezar a jugar con el transmedia, es una caja de herramientas en plena infancia."

y volver a empezar. Si seguimos yendo por lo seguro, no vamos a llegar a ningún lado. Existen películas españolas que han funcionado a partir de narrativas *transmedia*. No han sido universalmente aclamadas pero ya empezaron con algo. A las series de televisión transmediáticas les ha ido mucho mejor. No tiene por qué ser diferente acá, y realmente creo que con el tiempo este tipo de narrativas se van a volver más atractivas tanto para los creadores como para sus usuarios.

**Por ejemplo, en el caso de *La guerra de las galaxias* también aparecieron libros basados en su mundo, adaptaciones literarias.**

Y los cómics también. Como te digo, no son la misma historia, son historias diferentes. No se quiere ver lo mismo en seis plataformas diferentes, se quiere ver historias diferentes.

Una de las cosas extrañas que se ven en internet es la propuesta de finales alternativos para fans de series de TV.

Hay gente que busca esas alternativas porque está en desacuerdo con la historia que plantean sus creadores. Y lo más gracioso es que tienen el poder para hacerlo porque la tecnología ahora lo permite. Estas re-ediciones con finales alternativos sirven muchas veces de terapia para fanáticos acérrimos que sienten que se pudo lograr mucho más con los finales de historias que marcaron sus vidas, como en el caso de la serie *Lost*, que tuvo un final que no convenció a casi nadie y aparecieron un sinnúmero de versiones alternativas en YouTube. Al final todos se pueden convertir en prosumidores: consumidores que a su vez son creadores. Y esto no puede ser malo, al fin y al cabo, solo demuestra una profunda conexión con la historia de tu preferencia.

## LA REALIDAD COMO FICCIÓN

**¿Cómo es el trabajo *transmedia* desde una narrativa oficial?**

La narrativa oficial permite estas salidas en las que los fans pueden interactuar, crear y modificar contenidos, pero la narrativa oficial también aporta contenidos que son creados específicamente para que interactúen con los seguidores. Ahí está la creación de cuentas de Twitter o de Facebook en

las que los personajes de una serie te responden acerca del capítulo de la semana. Por ejemplo, algunos de los personajes de *House of Cards* tienen una cuenta de Twitter. Existe una serie que ha aparecido en YouTube llamada *My Music*, con personajes que trabajan para una estación de radio *indie* y cada uno de ellos tiene su cuenta de Facebook y Twitter. Los actores reales están a tiempo completo (como personajes) en dichas cuentas. En el mundo real tú puedes interactuar con ellos siempre. Desean tener todos estos contactos porque eso genera mayor vínculo de la fanática con la historia.

**Es una situación en la cual prácticamente la realidad termina “contaminada” por la ficción.**

Y para algunos actores esto es genial. Hace unos días entrevistaron a Angelina Jolie, pero ella estaba con su disfraz de Maléfica, entonces durante la rueda de prensa ella respondía a las preguntas como si fuera el personaje de ficción y no Angelina Jolie. Cada vez más se están utilizando estas versiones ‘transmediables’ que no se limitan a un solo medio sino que saltan de un lado a otro no por un tema recreacional sino porque tiene mucho valor para los fans, y esto finalmente se traduce en mayor remuneración en la taquilla o en los *ratings*.

**Antes de la aparición global de la internet, se reportaban casos en los que un actor que interpretaba a un villano en alguna *soap opera* era golpeado en la calle; o que de pronto llegaban a Venezuela cartas de algún país remoto solicitando ayudar a alguna heroína de telenovela en sus problemas. Lo *transmedia* ahora brinda nuevas formas de “ficcionalización” de la realidad.**

Este fenómeno me hace pensar que con esos primeros ensayos el público ya quería esa interacción. Tenemos la necesidad desde que nacemos de que nos cuenten historias. Por eso vemos películas, leemos libros, y cuando los publicistas nos venden cosas, nos empapan con relatos para que comprems productos. El querer que historias y personajes se escapen de su soporte original para invadir nuestro mundo es un reflejo de cómo nosotros queremos que este sea un poco menos mundano y más excitante.

**A pesar de que hay un componente tecnológico, lo *transmedia* es una vuelta a los inicios, tiene la mecánica del mito. Una historia pasa de un sujeto a otro y así se va transformando.**

El soporte digital ahora permite que todo el mundo cuente. Antes no era posible porque había un emisor todopoderoso y un montón de receptores que sólo podían recibir el mensaje sin poder interactuar con este, ahora lo que hay son emisores y prosumidores. Y es otra realidad y quien no se ajuste a tiempo se va a quedar fuera. Ya estamos viendo que el cine está perdiendo público y la televisión también. Tenemos una web que lo abarca todo, y si tu contenido no está ligado a esta, tarde o temprano desaparecerá. Las grandes producciones hollywoodenses ahora se basan en campañas transmediáticas de penetración para garantizar al menos cierto nivel de taquilla. Vale la pena destacar campañas espectaculares como la de la segunda entrega de Batman, *El Caballero de la Noche*, que empezó casi un año previo al estreno de la película y que le garantizó un éxito rotundo a partir de su acercamiento e interacción con la base de fans del personaje. Miles de personas participaron en la campaña *transmedia* de la película y esto sin siquiera contar aún con la aparición de una publicidad tradicional como un póster o un tráiler.

Leí algo que Robert McKee, uno de los gurús modernos de la narrativa, dijo alguna vez que lo que pasa antes de la historia no es importante porque si lo fuera sería parte de esta, y de alguna forma las narrativas *transmedia* están demostrando que ciertas historias merecen un antes y un después. En una película tradicional hay una estructura lineal que no puedes tocar y eso es lo único que existe. Las narrativas *transmedia* permiten jugar con los elementos de la película que no se exploraron en la historia principal, como personajes secundarios, lugares o historias paralelas, y mezclarlas como a uno le dé la gana: hacer un videojuego de un personaje no explorado en la historia original; abrir un restaurante en el mundo real que sólo existía en la ficción; o escribir un libro basado en los trabajos de un autor ficticio que apareció en la película. Las posibilidades se vuelven infinitas. ◻