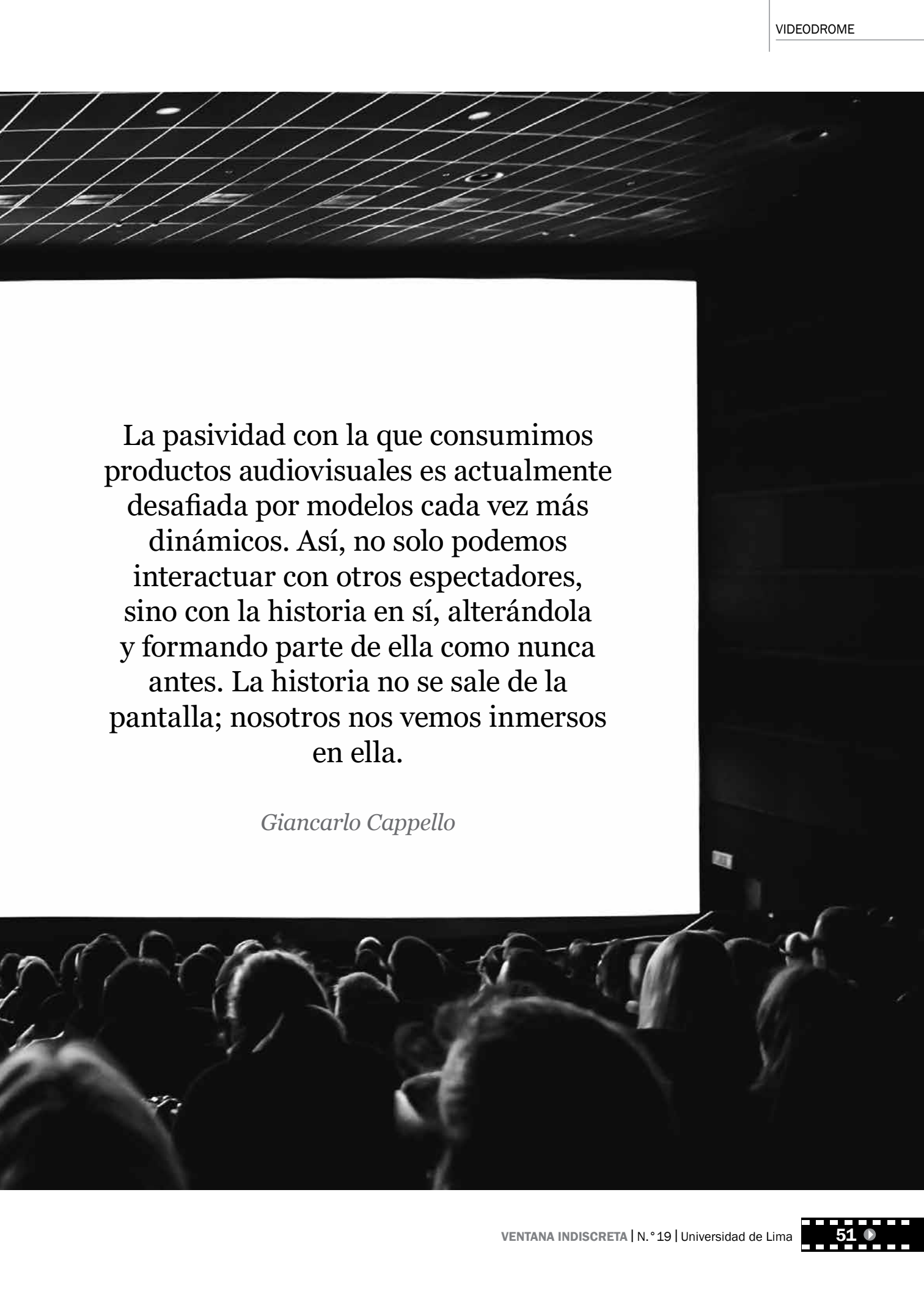




iCinema: **inmersión e interacción en la pantalla**

Foto: Depositphotos



La pasividad con la que consumimos productos audiovisuales es actualmente desafiada por modelos cada vez más dinámicos. Así, no solo podemos interactuar con otros espectadores, sino con la historia en sí, alterándola y formando parte de ella como nunca antes. La historia no se sale de la pantalla; nosotros nos vemos inmersos en ella.

Giancarlo Cappello

Sin interactividad, cualquier narración vinculada al ámbito digital —internet, redes sociales, etc.— sería una experiencia similar al entretenimiento tradicional, pues todas las historias, sin importar el medio, conjugan cualidades universales. No obstante, la interactividad cambia profundamente el material narrativo y, especialmente, la experiencia de sus receptores, que están en capacidad de manipular, explorar o influir en el contenido y, a su vez, el contenido puede responder a esa acción.

Carolyn Handler Miller distingue las narraciones pasivas de las interactivas en la medida que uno se inclina “hacia atrás” y “hacia adelante”, respectivamente. En el cine, o en una obra de teatro, el receptor se reclina en el asiento y deja que el drama llegue hasta él. Pero en las historias interactivas, como los videojuegos, hay que inclinarse para participar a través de alguna herramienta de decisión, sea un *joystick*, una tableta, un teléfono inteligente...

Existen dos tipos de películas interactivas, también conocidas como *iCinema*. En uno, el diseño apunta a las pantallas grandes y supone experiencias grupales. En el otro, los esfuerzos se concentran en pantallas pequeñas y se diseñan para ser disfrutadas por una sola persona. Aunque son bastante distintas, comparten características comunes: son conducidas por una historia; ofrecen personajes dimensionales; la narrativa cumple un rol esencial, incluso en aquellas propuestas con formas muy vinculadas al juego; y, finalmente, las elecciones que realizan los usuarios afectan profundamente la manera como se experimenta la historia.

Pese a la inclusión de novedosos avances técnicos en distintos campos de la cinematografía, el cine interactivo para pantallas grandes no hay que buscarlo en las *majors*, sino en museos e instituciones culturales. Una suerte parecida corre el cine interactivo para pantallas chicas, cuyo desarrollo, en gran medida, ha sido alentado por universidades e institutos gubernamentales de Estados Unidos, Japón y algunos países europeos. ¿La razón? El pú-

blico para estas producciones aún está en ciernes y el mercado no está preparado para una fusión entre dos formas de entretenimiento superentendibles como son las películas y los videojuegos.

La experiencia de Inmersion Studios

Las primeras películas interactivas para la pantalla grande fueron producidas entre 1992 y 1995 por una compañía llamada Interfilm, bajo un acuerdo con Sony. Su interactividad fue muy limitada, especialmente para quienes estaban acostumbrados a los videojuegos, y sus historias, así como la actuación y la producción, fueron bastante pobres. De ahí que, al no obtener éxito comercial, esta área no representara ningún interés por varios años.

Sin embargo, en la última década, una compañía llamada Immersion Studios ha puesto mucha fe en proyectos que combinan entretenimiento, interactividad y educación, y ha abordado temas científicos como la biología humana, la polución y la energía nuclear para una lista de clientes que incluye el Smithsonian Institution de los Estados Unidos, La Cité de París y el Museo de Ciencias del Reino Unido.

En Immersion Studios llaman a este tipo de trabajo “cine inmersivo”, pues la audiencia se ve envuelta en sonidos de alta definición e imágenes que se proyectan en una pantalla grande. Los contenidos combinan historias dramáticas con elementos de juego de recorrido rápido, y la interactividad que ofrecen es mucho más intensa y dinámica que aquella de Interfilm, que otorgaba tres alternativas en diversos momentos de la película, de modo que el público pudiera elegir a través de un sistema de tres botones incorporados en los reposabrazos de las butacas. Aquella era la única forma de participación. Además, la estructura ramificada de sus historias recordaba mucho la experiencia de la serie de libro-juegos *Choose Your Own Adventure*, publicada por Bantam Books hasta 1998.

En las películas de Immersion Studios, en cambio, el público tiene

un papel esencial en el desarrollo del drama. En un caso, por ejemplo, son viajeros del tiempo y sus decisiones ayudan a determinar qué especies sobrevivirán en el presente. En otros, toman el rol de biólogos e intentan prevenir la extinción de los leones marinos. Cada equipo de uno o dos personajes está sentado junto a una consola con una computadora de pantalla táctil, a través de la cual indican sus decisiones y estudian el tema en cuestión. Además, durante los segmentos de juego, la pantalla sirve también como panel de control virtual para dirigir la acción.

Como se ve, las películas de Immersion Studios requieren que los miembros del público interactúen entre ellos, a veces compitiendo y a veces colaborando. Algunas acciones se realizan electrónicamente, pero otras veces las personas deben comunicarse “a la antigua”: hablando con su vecino de butaca o con estudiantes de distintas instituciones en algún punto del país. Este tipo de interactividad grupal es conocida como *interactividad multiusuario*.

Ahora bien, aunque las películas de *iCinema* han sido realizadas para instituciones culturales, sus efectos dan una buena pista de los retos y las dificultades a superar por esta tecnología si se quiere lograr un alcance masivo. Por ejemplo, concebir un escenario que desde el inicio propicie la participación y aliente la acción de los espectadores; crear un modo de juego que complemente la narrativa; o generar una interactividad que busque elecciones significativas y que no solo consista en adivinar para no caer en el escollo fatal.

Pero quizá el mayor de los retos consista en la integración de edades y pantallas, pues, aunque los contenidos desarrollados por *iCinema* resultaban adecuados para todas las edades, no todos llegaban a sentirse cómodos: mientras los jóvenes están acostumbrados a realizar muchas tareas y no tienen problemas con la interacción entre pantalla grande y pantalla pequeña, algunas personas mayores llegaban a sentirse confundidas.



► Planetario Galileo Galilei en Buenos Aires, Argentina, ejemplo de cine equipado para proyecciones *fulldome*.

Fuente: Wikimedia Commons

Los *ridefilms* y los domos

Es preciso hacer un desmarque para no confundir el *iCinema* con otras experiencias inmersivas para grupos pero carentes de interactividad, como los *ridefilms*, que se realizan en espacios particularmente diseñados que incluyen asientos que se mueven en sincronía con la acción de la historia. En este tipo de experiencia, el público permanece sentado mientras viaja a mundos ficticios desplegados en pantallas que no solo son altas, sino que tienen una curva de 180° para abarcar la visión periférica de las personas. También utilizan sistemas *surround* de última generación y, para realzar aún más la experiencia inmersiva y engañar a los sentidos, los diseñadores suelen recurrir a ingenios tales como olores artificiales, vibraciones, efectos climáticos artificiales y cambios de temperatura. Dos ejemplos exitosos son las películas que ofrecen el zoológico de Central Park

en Nueva York y el teatro de Madame Tussauds en Londres.

Las proyecciones *Fulldome* llevan un paso más allá la inmersión, pero la interactividad entre usuarios y contenidos es un aspecto que aún no ha estallado en su desarrollo, como se pudo comprobar en el Immersive Festival Madrid 2016. En este tipo de experiencias, los domos de proyección de 360 grados y 21 metros de diámetro cuentan hasta con seis proyectores de tecnología 3DLP de 20.000 lúmenes que mediante las técnicas de *blending* (mezcla) y *warping* (deformación) reproducen una historia que envuelve al grupo de espectadores. El planetario de la ciudad de Buenos Aires cuenta con las dos variantes de esta tecnología, con multiproyectores para funciones especiales y el proyector único para las imágenes del planetario.

A pesar de que la tecnología actual surgió y se desarrolló principalmente a partir de los años noventa, el *Fulldome* tiene sus orígenes desde el

génesis del cine como arte y técnica. El concepto puede remontarse hasta finales del siglo XIX con las pinturas panorámicas de Hugo d'Alesi o el Cinéorama de Raoul Grimoin-Sanson.

Interacción y pantallas

Los ejemplos de películas interactivas para pantallas pequeñas son de alguna manera más fáciles de encontrar que sus parientes más grandes, pero no son de ningún modo abundantes, aunque la mayoría de personas tenga el equipo necesario para verlos. Algunas de estas producciones ahora se exhiben en festivales internacionales, y también se venden en librerías convencionales y en sitios *online* como Amazon.com, signos de que un mercado para ellas puede estar desarrollándose gradualmente.

Este tipo de producciones suele alejarse de los grandes despliegues y la espectacularidad visual, apostando más bien por tramas más cerca-

Leyendo sobre cine en redes sociales (IV)

Luis Zúñiga. Administrador del fanpage *Cine O'culto*

Mi cinefilia empezó desde que estaba en la universidad. Yo soy egresado de la carrera de Ingeniería Industrial de San Marcos y no tenía muchos amigos cinéfilos ni tampoco profesores que me recomendaran directores. Aun así, veía películas todos los días y las recomendaba en mi perfil de Facebook. Cada vez que lo hacía, a la gente parecía gustarle, hasta que alguien me dijo que debería considerar hacer una página. Creé un blog que duró tres meses, desde octubre del 2014. Las entradas eran bastante largas y requerían bastante tiempo. Luego llevé la idea a Facebook, que es donde todo se potenció.

Cuando empezó *Cine O'culto* era un proyecto para mis amigos nada más, como un *hobby*. Hacía mis publicaciones en la noche porque durante el día me consumía el trabajo. A mí me gusta mucho el cine oriental, sobre todo los *thrillers*, y también el cine negro norteamericano. Kurosawa debe de ser mi director favorito y *El padrino* (The Godfather, 1972) la película que más

me gusta, porque engloba muchas de las cosas que me agradan: el cine negro, algo de *thriller* y suspenso. Al comienzo esos géneros primaban en la página, pero me di cuenta de que debía ser menos subjetivo, abarcar géneros que quizá a mí no me gustaran pero que por alguna razón me parecieran interesantes. Ahora se habla de acción, comedias, etc., pero que no necesariamente salen en cartelera, como el cine de John Woo, por ejemplo. Ese tipo de películas me gustaba recomendar.

El principal fin de la página era recomendar películas, aunque no necesariamente de autor o cine independiente. Por ejemplo, Ben Stiller o Paul Walker son figuras muy conocidas pero puede ocurrir que tengan una película que no lo sea tanto, o que ni haya llegado a estrenarse aquí, y que esté entre lo mejor que han hecho. Yo no tendría problema en recomendarla, sin importar de qué género sea o si la crítica tradicional la destruyó. Antes era muy prejuicioso con ciertos autores. Las películas de Woody Allen o

Pedro Almodóvar no me llamaban la atención, hasta que empecé a ver algunas y poco a poco me fueron gustando. Ahora son cineastas que sigo constantemente.

Acabamos de crear la página web de *Cine O'culto*, un proyecto muy nuevo, en el que se pueden escribir reseñas más profesionales, críticas, listas de películas, etc., todo esto a cargo de redactores. Los que están ahí son periodistas que hemos contratado para escribir, gente que sí ha estudiado una carrera ligada a lo audiovisual o periodistas de profesión. A mí nunca me ha llamado la atención hacerme conocido. He dado un par de entrevistas a universidades pero todo era interno, que no tuvo mayor difusión. A veces estoy en el bus y veo a un chico que está viendo *Cine O'culto* en su celular y no sabe que yo estoy ahí, literalmente a su costado. Ese anonimato me gusta.

Si de cinefilia se trata, internet te ayuda muchísimo. Puedes ver películas que no verías en cartelera.

nas al documental y el cine de autor, pues tienen la posibilidad de ofrecer un enfoque más "intelectual" que se ajusta a temas y tramas más sofisticadas donde el espectador puede saltar entre varios puntos de vista e indagar en abundante material audiovisual.

El Massachusetts Institute of Technology (MIT) tiene un programa completo dedicado al cine interactivo (<http://ic.media.mit.edu/>), y su sitio web ofrece una gran cantidad de información acerca de la investigación y los proyectos relacionados con el cine interactivo. El Proyecto Labyrinth (<http://thelabyrinthproject.com/>), con su innovador programa acerca de la narrativa de base de datos, cuenta con el apoyo de la afamada Escuela



Fuente: YouTube

Oliver Shead (izquierda) y Jet Liberson (derecha) trabajan como diseñadores en Immersion Studios desde su fundación. Oliver además fue el fundador de la compañía.

ra, igual que con la piratería. Sobre eso, estoy un poco a favor y un poco en contra. Ayuda mucho porque puedes ver películas asiáticas o europeas que nunca van a llegar a las salas limeñas. A veces por medio de internet he ubicado películas de Kurosawa pero sin subtítulos, y he tenido que recurrir a la piratería para poder verlas subtituladas. Aun así, no la utilizaría para ganar dinero, sino tan solo como medio de difusión. Me parece que eso es lo más correcto de hacer.

Ahora acabamos de empezar un nuevo portal: *Memes O'cultos*. La página se creó en diciembre del 2017 y al día siguiente la bloquearon por un meme de *Holocausto caníbal* (Cannibal Holocaust, 1980), película de Ruggero Deodato, porque la foto que usamos tenía un desnudo. Volvió a estar operativa el 25 de enero. Los memes eran una forma de llevar este cine de una manera divertida y que en internet tiene mucho éxito. A partir de esto, la página web y el fanpage de Facebook están apuntando a ser más serios, y por eso hemos independizado los memes a otro espacio. Dejar de hacerlos no era una opción, pero fue lo mejor separarlos de contenido más especializado.

Otro espacio que creamos es una página en Facebook para los fans, llamada *Comunidad Cine O'culto*. La idea surgió porque los cibernautas empezaban a preguntar por películas de las cuales no recordaban el nombre, sino tan solo unas escenas. Tenía en el *inbox* bastantes comentarios de ese tipo, pero esa no es la finalidad de la página. Entonces, independizamos un espacio para que los seguidores pudieran interactuar entre sí, donde ellos mismos pudiesen recomendarse películas y ayudar a otros con sus consultas y recomendar otras páginas de internet dedicadas al cine como *Indiewire* o *Enfilme*, que son algunas de las que yo sigo personalmente.

Al haber producido tanto en tan poco tiempo, estamos buscando balancear un poco el contenido. Si en Facebook recomiendo una película y hago un texto de tres o cuatro párrafos, en la web ampliamos eso a un artículo de quizá cuatrocientas palabras, en caso la gente quiera leer algo más elaborado. También estamos pensando en realizar infografías, idea que se le ocurrió al diseñador que trabaja conmigo. Pensamos tanto en quienes se les da por leer críticas extensas como en los que se conforman con

la sinopsis o la ficha técnica. Los primeros tienen la página web y los segundos las de Facebook.

Cuando yo empecé no había mucha competencia, no habían muchas páginas cinéfilas o eran todavía muy pequeñas. Ahora pareciera que surge una por día. La cuestión es innovar, hacer contenido propio. La idea de *Cine O'culto* era no convertirse en una página que se dedicara a compartir lo de otros, por eso todo es original: los textos, los logos, los memes, los videos. Eso te permite controlar qué se publica, cuándo y cómo. Podemos compartir eventualmente el contenido de alguien más, pero primando siempre el nuestro. Si publico pósters alternativos o textos ajenos, doy los créditos al diseñador o al redactor. Sé que hay páginas que no citan o borran la marca de agua si es que la tiene. Eso ya no es compartir, eso es robar.

Si alguien me dijera que quiere iniciar su propia página de cine en Facebook, ese es el consejo más importante que le podría dar. Que produzca contenido, que no robe, que sea agradecido con cada *like* o cada vez que alguien comparta algo suyo.

de Cine de la Universidad del Sur de California.

Y el Centro para la Investigación en Cine Interactivo de la Universidad de Nueva Gales del Sur es otro programa que merece atención, aunque su énfasis está en la realidad virtual y otras formas de experiencias inmersivas. Sin embargo, su sitio web (<http://lwww.icinema.unsw.edu.au/>) contiene mucha información interesante.

Cada nueva aventura en cine interactivo lleva la narrativa digital un poco más hacia adelante. Es un campo que pide más estudio y más experimentación, pero los avances se han visto impedidos por la falta de modelos de negocios exitosos. Sin embargo, es aún más abrumadora la falta de un público receptivo

para este tipo de narrativa. Algunos críticos han argumentado que el cine interactivo no tiene acogida porque simplemente no es una forma viable de entretenimiento y que la narrativa y la interactividad cinematográfica no pueden mezclarse de manera satisfactoria.

No obstante, hay que recordar que, en sus primeros tiempos, el cine lineal también enfrentó una recepción negativa. Las audiencias reaccionaron a las primeras películas con desconcierto y casi no sabían qué hacer con ellas. Con el tiempo y una mayor familiaridad, llegaron a aceptar y entender la gramática de este nuevo medio: técnicas como el montaje, la disolución y el *flashback*. De hecho, si vemos la historia de cada

nueva forma de arte, generalmente encontraremos que el público reacciona con escepticismo y una inicial falta de entusiasmo. Hace no mucho tiempo, cuando los videos musicales se transmitieron por primera vez en televisión, también tuvieron una recepción fría, especialmente por parte de adultos que habían crecido viendo películas con un ritmo más pausado a mediados del siglo XX. Muchos sintieron que los videos musicales eran un torrente vertiginoso de imágenes inconexas y no encontraban nada disfrutable en ellos, pero los videos musicales se han convertido en una parte inmensamente popular e influyente de la cultura contemporánea.

Solo queda esperar... y, también, mirar y jugar. ◻