

El transmedia en el diseño

Autor: Luis Miguel Mejía Gómez

Institución: Universidad Pontificia Bolivariana

Ciudad: Medellín

País: Colombia

Temática: Transmedia

Resumen:

El transmedia es un tema que ha empezado a tener auge últimamente en el medio audiovisual, no solo en asuntos de distribución como es de esperarse, sino también por su contribución en la narrativa propia de las piezas que la componen. Sobre el tema en cuestión se tienen varias vertientes o teorías, por así decirlo, pero no se tiene una definición exacta o satisfactoria de lo que es el transmedia y como se puede aplicar esta estrategia narrativa de medios a los diferentes proyectos, no solo audiovisuales, sino también en el diseño mismo.

Palabras claves:

transmedia, audiovisual, diseño, diseño gráfico, medios de comunicación, distribución, estrategia narrativa

Introducción

Durante un tiempo, he estado trabajando en definir ¿Qué es el transmedia?, esto ha significado para mí un viaje de sin sabores, porque a lo largo de la investigación, mi forma de ver las cosas y como decido abordarlas, ha nublado un poco el proceso investigativo, y también la poca recepción que he tenido sobre los comentarios de compañeros y profesores sobre mis métodos, dificulto un poco seguir adelante con el tema. No existe una definición puntual y clara de lo que es transmedia, más bien, existen muchas versiones no muy satisfactorias a las que cada quien se acoge y acopla. Hay quienes declaran usar el transmedia, pero a la hora de ver los contenidos no aplican en esta nueva estrategia de forma correcta. Es por esto que se hace necesario indagar en la propia definición, y confiar en acercarnos a la definitiva. Para ello, se ha realizado una observación de los diferentes ejemplos que hay en el medio y las diferentes técnicas con las que son creadas.

Antes de continuar con el desarrollo de la investigación, hablare sobre las diferentes fuentes de información y los espacios de discusión que me han aportado para abordar el tema. Los primeros acercamientos que tuve al tema, fueron en mi lugar de trabajo, desarrollando un proyecto para presentar a una convocatoria, no entendiendo bien de que se trataba el transmedia, mis compañeros de trabajo y yo, discutimos un poco sobre lo que cada uno había encontrado sobre el transmedia y como podíamos llegar a una definición en la cual pudiéramos construir el proyecto, a partir de este “boceto”, de esa definición no muy clara a la que se llegó, cada uno empezó su propia búsqueda de conocimiento para poder aportar algo al tema, en mi caso fue un estudio de casos ya existentes, la ejemplificación para poder entender mejor el tema, fue así que llegué a conocer la película independiente El Cosmonauta, el evento transmediático Pandemic 1.0, la serie de televisión Dexter, el universo expandido de Star Wars, y el crecimiento de la saga de Harry Potter. A medida que fui encontrando estos ejemplos y los desglose un poco, tuve la necesidad de discutir nuevamente el tema, con mi jefe en la oficina, y con uno de mis profesores que ha tenido la oportunidad de usar esta estrategia en uno de sus proyectos. Finalmente después de aclarar un poco mi mente sobre este tema he podido desarrollar este paper.

El transmedia es una estrategia usada para contar una historia, o mensaje, un contenido como tal, ya sea audiovisual, impreso, radial, literario, etc. A través de diferentes medios. Creando así una línea narrativa radial, que se completa, con cada contenido expuesto. Y que a su vez es manipulado por su público en el momento en que interactúa con ella, volviéndose en sí una experiencia que captura a sus usuarios y se vuelve de esta manera envolvente. Esto sucede en los momentos propuestos por los creadores del contenido, ya sean estos un día, una semana, un mes, o incluso más. Es por esto que las interpretaciones que tiene cada persona sobre el contenido, afuera del marco práctico de la estrategia no pueden ser consideradas transmedia, porque las interpretaciones satisfacen el placer individual, mas no el colectivo es por esto que no apoya a la experiencia como tal, y no es una colaboración creativa. Rescato el ejemplo de Dragon Ball, que basado en el comic desarrollado por Akira Toriyama, se generaron dos series de anime completas, Dragon Ball y Dragon Ball Z, pero en el comic original no aparecía nada la saga GT, pero debido al éxito de la serie los productores se acercaron a su desarrollador, Akira, y le pidieron su colaboración para el desarrollo de esta nueva saga, de esta manera el autor ayudo con la creación de personajes, pero no en la historia, es por esto, que en mi opinión, que no tuvo tanto éxito, y de la misma manera en la red empezó a circular el rumor de la saga Dragon Ball AF, donde AF significaba alternative future, una historia creada por fans, y que fueron pocos sus seguidores, y que por esta falta de apoyo por parte de la comunidad y del creador, nunca se desarrollo. De esta misma forma las secuelas, o precuelas, o adaptaciones no hacen parte del abanico de opciones que presenta el transmedia como tal, porque presentan la continuación de una historia que puede seguir avanzando independientemente la historia uno, de la historia dos y viceversa.

Considero y a lo largo del paper lo reafirmo, que el transmedia debe ser considerado como una estrategia, porque se planea cuidadosamente, cuales medios son ideales y aportaran significativamente al desarrollo de una historia. No es algo que se hace aleatoriamente sino que es proceso creativo y juicioso, en el que se planifica una guía, una ruta, la cual seguir para el desarrollo de la historia.

Con esto dicho es importante aclarar que los contenidos que hacen parte de esta estrategia son dependientes, el uno del otro, puede que una pieza sola sea entendible, como lo puede

ser un pinterest (tablero online) con fotografías de personas muertas, y será bastante claro que se trata de personas que han fallecido, pero ver la serie de Dexter y entender que las fotos de ese sitio web son realmente las víctimas de el protagonista de la serie, da mucho más sentido a la estrategia.

Pero ahora, ejemplifiquemos un poco, sagas como la de Harry Potter y Star Wars, que tienen varias películas, y en el caso de Potter que esta basado en libros. Estas historias han tenido una evolución en el tiempo y es por esto que han crecido tanto, son historias que duraron de hasta 10 años y en el caso de Star Wars unos buenos 20 o 30 años, e incluso más porque piensan continuar con la saga, con nuevas secuelas. Desde su creación no fueron pensadas como transmedia, porque en ese momento de la historia no se conocía este término y no se había tenido la oportunidad de desarrollarlo, es por esto que ahora estos ejemplos salen a relucir porque pueden acomodarse fácilmente a esta estrategia. Con el paso del tiempo, han surgido para ambas sagas, diferentes medios de socialización, distribución, y complementación. Star Wars por ejemplo tiene una buena cantidad de comics, que cuentan la historia del linaje de Han Solo y Leia Skywalker, hay videojuegos que nos sumergen en las diferentes aventuras o misiones que han sucedido en la saga, o incluso nuevas, como por ejemplo personificar a un Lord Sith, y ser parte del lado oscuro de la fuerza. De la misma manera Harry Potter tiene otros libros que son leídos por los estudiantes en Hogwarts, y uno de ellos se volverá una película, y al igual que la saga anterior, posee videojuegos que permiten interactuar en el mundo de Hogwarts, o el parque de diversiones que replica esta estructura. Podría decirse que debido al crecimiento sin medida de las sagas, estas se han acoplado a nuevas técnicas, para continuar su éxito entre los fanáticos.

Sin duda alguna, debo admitir soy un gran fan de ambas sagas, tanto así que he leído, imaginado, indagado sobre los personajes importantes para mí, son lo que son y llevan tanto tiempo conmigo que no puedo pensar de ellos de otra manera, es por esto que el surgimiento de una nueva saga de Star Wars o incluso de Harry, que presente esta estrategia Transmedia, desvincularía esta de sus antecesoras, creando una historia completamente

nueva, e independiente que no necesitara nada del pasado, solo un público curioso por ver que sucedera.

Pero al contrario una nueva propuesta, una película que no tiene origen hace años, sino que salió hace poco, y en la manera en la que cuenta su historia, es cautivante y refresca. Aquí empieza a verse como se une al mundo del diseño esta estrategia y presenta diferentes contenidos, en diferentes medios que al juntarlos me dan una experiencia completa.

De esta manera les presento El Cosmonauta, película independiente de origen Español, duró cuatro años en su realización y consiguió el dinero necesario para el mismo gracias al crowdfunding, que a su vez es el medio por el cual los creadores de contenido, presentan su proyecto a la comunidad y si es bien recibido es apoyado monetariamente por los mismos. Usaron diferentes medios como el cine, para la pieza principal, la web para los contenidos paralelos que complementaban la historia de los diferentes personajes, redes sociales que contaban en tiempo real los acontecimientos de la historia contados por los mismos personajes, un documental de ficción que narraba de forma real los sucesos abordados en la película, entre otros.

Ya que es una historia nueva, independiente y una estrategia poco conocida, la primera impresión de El Cosmonauta se vuelve algo más experimental, se aprecia y se juzga de manera completa, teniendo en cuenta los diferentes contenidos que hacen parte de él. En cambio en las sagas que les presente con anterioridad que son ya tan reconocidas, los contenidos ya son conocidos por el público, e incluso para personas que ni se las han visto ya conocen la historia y tal vez a ciertos personas no les importa saber el resto de la historia y se conforman con la propuesta principal.

Ahora podemos teorizar de la siguiente manera, en las propuestas presentadas anteriormente los diferentes medios que se usaban eran generados independientemente del otro, y es por esto que se encuentran huecos o falencias a la hora de ensamblarlos y compararlos, pero ahora, se intenta siempre diseñar las diferentes piezas una de la mano de la otra porque de esta manera, cada una funcionara bien sola, pero cuando se suman, todo cobra sentido y genera una experiencia completa.

Como he mencionado anteriormente, esta narrativa termina volviéndose bastante experimental e inmersiva, y es por esto que deja la pantalla, ya sea en el cine, o en la web, para volverse eventos, se interactúa en gran medida con los usuarios, ya sea de una manera participativa, solo siguiendo los parámetros dados por el autor, o también de una manera colaborativa en la que los usuarios proponen sobre lo que esta pasando, y con la ayuda de moderadores o del autor, se expande la experiencia. Todo esto esta sujeto a quien es el autor de la narrativa, si esta dispuesto a colaborar sobre su historia o prefiere ser el único que la modifique, pero a su vez recibir la critica constructiva o no de su público, que le pueda aportar finalmente al desarrollo de la narrativa. Pero defendiendo un punto tratado anteriormente, la interpretación individual, que es ajena al evento, a la historia y a su autor, no se puede considerar transmedia. Ya que, no está colaborando en comunidad y exponiendo un tema a debate de los fans, y del escritor, y satisface únicamente el gusto de esta persona como tal. Un ejemplo de esta experiencia, es un evento colectivo que sucede en la ciudad de Medellín, llamado Mil Espadas, anteriormente conocido como Medieval, traigo a colación este ejemplo porque así no generen contenido para otros medios, y en estos momentos no dispongan de página web, ellos son un juego de rol masivo por decirlo de algún modo porque a la hora de incorporarse a esta “sociedad” es posible escoger un clan medieval, ya sean vikingos, samuráis, etc. Y empezar a subir de rango en este mismo clan, los fines de semana o fechas establecidas se reúnen para jugar, y son batallas campales, que normalmente puede que no tengan historias, pero que pueden ser adaptaciones de peleas históricas, anteriormente en su página web mostraban un mapa de Medellín y la manera en la que los clanes eran repartidos, y también ofrecen talleres para la forja y realización de las armas y vestimentas. Un ejemplo local bastante simple pero que su nivel narrativo, de interacción y sus diferentes talleres de inmersión, si los podemos llamar así, aplican en gran parte como una Experiencia Transmedia.

Ahora intentaré diferenciar esta estrategia, de otras con las que normalmente se confunde, y que finalmente se vuelven los orígenes del transmedia. Empezamos definiendo claramente el significado de cada uno de estos términos. La narración, es el acto de narrar, transmitir verbalmente una historia, hablar de boca en boca. Así fue que empezaron a contarse las

historias, más no había un método aparte del habla para transmitir, eventualmente llego la escritura y otros medio como el arte y se empieza a contar no solo los hechos reales, sino que se tergiversan las historias y se vuelve un acto más creativo. El fanfiction es la interpretación propia de un fan sobre algún contenido ya creado, ya sea una película, una serie, un dibujo animado, un suceso histórico. Del fanfiction, nace el fanfilm que es la adaptación del contenido anterior a un film, o un video, normalmente corto, lo normal es que sean de poca calidad porque sus creadores son aficionados y en la medida de lo posible generan su contenido al mundo, pero como excepción a la regla puede que haya quien con bastante conocimiento del tema, y bastante tiempo en sus manos es capaz de generar un contenido de buen nivel. Ahora dando un brinco a algo mas técnico avanzamos al BTL que son estrategias de comunicación y mercadeo, que abarcan diferentes medios pero dando simplemente información y no dando nada más. Ejemplos de esto son los impresos, volantes, afiches, carteles, pancartas, pendones, artículos publicitarios, que así sean diferentes entre si todos tienen el mismo objetivo, publicitar un producto o contenido.

Ahora el crossmedia, es la manera en que esos contenidos pueden ser vistos desde diferentes medios, por ejemplo una serie de televisión, que esta disponible para verse online en su página web, o también en un dispositivo móvil como lo es un Smartphone o una tableta. De esta manera los contenidos presentados en los diferentes medios no son dependientes el uno del otro, porque finalmente son la misma historia, y si me veo la serie de televisión online, no tengo porque escuchar la radionovela en la radio porque vendrá siendo el mismo contenido. Ahora el transmedia recibe un poco de cada uno de los términos que acabe de mencionar, porque aplican todos, pero se debe llevar más allá, no pensar el contenido por si mismo, sino pensarlo para el usuario y la experiencia que se generara alrededor de ellos. La idea final es que no importa en que momento del desarrollo de la historia llegue el usuario, él pueda entender lo que esta viendo y pueda escoger para donde dirigirse y continuar con el desarrollo de la misma.

Finalmente habiendo definido lo que es transmedia, habiendo definido y ejemplificado, vamos a revisar en que manera el diseño puede entrar a participar en esta estrategia, y que medios podemos usar a la hora de hablar de transmedia. El diseño es parte primordial del proceso, porque es la manera en la que se diseñan estos diferentes componentes, y como

deben casar el uno con el otro, eso no es de gratis, y debe pensarse bien para que tenga lógica y tenga buen impacto. También el hecho de que se manejen diferentes medios genera diferentes condicionantes, en que formato se debe entregar, que modos de color, entre otras cosas técnicas que pueden surgir. Los medios que pueden hacer parte de esta estrategia, realmente no están definidos, hay quienes piensan en los medios de comunicación masiva, como la televisión, la radio, el cine, la web. Pero también hay quienes consideran que un libro o una serie de escritos, una llamada al celular, o un mensaje, una aplicación e incluso un evento. Es por esto que a la hora en el que el diseñador, autor, escritor, director creativo, quien sea que esta detrás de estos contenidos, es el que decide que medios convencionales o no convencionales pueden aportar al desarrollo integro de su historia.

Esta es a la conclusión que he llegado, intentando definir el transmedia, una nueva manera de llegar al usuario a través de contenidos transmitidos por diferentes medios. Como una interfaz gráfica, un aplicativo o videojuego, puede tener una narrativa compleja y tener un website con videos que explican los sucesos anteriores al juego, un libro o e-book contando detalladamente la historia de los personajes, e incluso podcast o llamadas pre-grabadas al celular de los personajes contando lo que les ha pasado después de cumplir una misión.

El transmedia en el diseño, es una experiencia envolvente, como en cualquier otra disciplina en la que aplique como lo es el audiovisual, se debe dejar de pensar en el contenido como tal y pensar en el usuario y su interacción. Y como lograr un contenido “redondo” que le de una experiencia completa al usuario y le genere recordación, más allá de lo que dan actualmente los contenidos convencionales.

REFERENCIAS

- *Transmedia en las series de televisión. Por Obiwan1977. Obtenido el 16 de Agosto del 2013, de la página: <http://diasdevinoyseries.com/2013/05/23/transmedia-en-las-series-de-television/>*
- *Dexter The Kill Room. Obtenido el 16 de Agosto del 2013, de la página: <http://www.pinterest.com/shonetworks/dexter-the-kill-room/>*
- *What is Kickstarter?. Seven things to know about kickstarter. Obtenido el 13 de Noviembre del 2013, de la página: <http://www.kickstarter.com/hello?ref=nav>*
- *Franchise: Dragon Ball . Obtenido el 13 de Noviembre del 2013, de la página: <http://tvtropes.org/pmwiki/pmwiki.php/Franchise/DragonBall?from=Main.Dragonball>*
- *Pandemic 1.0. Obtenido el 16 de Agosto del 2013, de la página: <http://www.hopeismissing.com/>*
- *Transmedia Storytelling. Obtenido el 16 de Agosto del 2013, de la página: <http://www.tstoryteller.com/transmedia-storytelling>*
- *Riot Cinema Collective. The Plan 3 La estrategia de “El Cosmonauta”. PDF <http://es.cosmonautexperience.com/press>*
- *Harry Potter’s Transmedia success story. Obtenido el 12 de Noviembre del 2013, de la página: <http://blog.book-fair.com/2012/10/09/harry-potters-transmedia-success-story/>*