

El cine en *Crisis*

Muerte o resurrección:

El cine en la era digital participativa

Javier Hernández Ruiz.

Su cacareado sepelio más tiene que ver con la transformación de su trípode industrial que con su condición de medio para contar historias.



¡Aleluya! (Óscar Baiges)

Grave: ¿el cine ha muerto?

En el ecosistema digital de la era *transmedia*, en que ya estamos inexorablemente inmersos, la célebre comparación orteguiana sobre el bosque se podría replantear así: los píxeles no nos dejan ver la resolución final. Pero en medio de tan tupida ciberforestal atisbamos algunos claros por donde penetra decidida la luz (el *lichtung* de Heidegger). Uno de esos claros iluminados, aunque resulte paradójico, es la agonía del cine tal como se había entendido en el siglo XX. Aseguraba el agitador Peter Greenaway, esta vez metido a agorero en los albores de 1983, que el cine ha muerto y su ejecutor era el mando a distancia que entonces empezaba a campar por los fueros hogareños. De lo que no cabe duda es de que el cine pasó a mejor vida si lo entendemos como modelo de negocio de su Era Dorada; de hecho, la revolución digital ha trastocado definitivamente la trinidad de su modelo de negocio: producción, distribución y exhibición. Sin embargo, el enterrado séptimo arte resucitó al tercer día, como manda la tradición; y lo hizo con el sudario de su condición espectacular, pues nunca se han visto tantas películas como ahora. Su cacareado sepelio más tiene que ver con la transformación del citado trípode industrial —la exhibición especialmente— que con su condición de medio para contar historias. Diagnóstico provisional: un muerto que goza de buena salud en su resurrección.

Allegro: la persistencia del storytelling. ¡Viva el postcine!

En una época posmoderna de crisis de certezas en la que el *homo narrans* (Fisher, 1984) se ha impuesto sobre el *sapiens*, el “pensamiento narrativo” sobre cualquier otro —lo refrendan Bruner, Polkinhorne, Ricoeur o Sarbin, entre otros—, el visionario Roland Barthes atinó certeramente: *internacional, transhistórico, transcultural, el relato está ahí, como la vida* (1966:1). Y los nuevos predicadores posmodernos han venido

a confirmarlo, como Fisher (1984:6) quien considera al ser humano como un *storyteller*, un contador de historias en comunidad, o Christian Salmon en su definitorio *Storytelling. La máquina de fabricar historias y formatear las mentes* (2008), donde se desvela hasta qué punto todos los resortes del globalizado postcapitalismo funcionan con los “marcos mentales” de las historias narradas. Así pues el séptimo arte, tan vinculado al capitalismo contemporáneo, no ha muerto, sino que se ha transmutado en otras criaturas salidas de su proteico seno. Su nervio narrativo, su vocación serial, heredada de la novela decimonónica que tanto le influyó tras Griffith y tan presente en las exitosas series televisivas, la remozada magia feérica —legado del pionero Méliès— de los *blackbusters* por obra y gracia de los efectos digitales; todas y cada una de las expansiones y derivas audiovisuales contemporáneas son hijas del invento de los Lumière. El cine ha muerto: ¡Viva el postcine!

“ El séptimo arte, tan vinculado al capitalismo contemporáneo, no ha muerto, sino que se ha transmutado en otras criaturas salidas de su proteico seno. ”

Vivace: convergencia de medios

El postcine es consecuencia de una promiscua hibridación con la televisión —reporterismo, *realities*, entrevistas, concursos, etc.—, pero también con otros medios en la “cultura convergente” (Jenkins, 2008) del entretenimiento finisecular, como los cómics o los videojuegos, y recientemente los monstruitos internáuticos (blogs, bitácoras, emails, redes sociales...). Estamos en la era de la intermedialidad y también, ¿otra consecuencia del desengaño posmoderno?, en el imperio del juego. Aspen Aarseth reivindicó los relatos

ergódicos (1997) en el plano teórico pero el postcine lo ha hecho asumiendo esquemas narrativos y estrategias (retos e interacciones) provenientes de los de los videojuegos, cuando no adaptando títulos emblemáticos de ese medio a la gran pantalla. Los juegos de rol, los juegos masivos *on-line*

“ En una época posmoderna de crisis de certezas, el homo narrans se ha impuesto sobre el sapiens, el “pensamiento narrativo” sobre cualquier otro. ”

o los juegos de realidad aumentada (ARG) también están incidiendo en la gran pantalla. Son respuestas a una nueva audiencia que ya ha asumido los esquemas narrativos precedentes y con la que hay que interactuar más: es el “público productivo” de John Fiske (1994). Receptores cada vez más familiarizados con la intertextualidad, la intermedialidad, hijos instruidos de la cultura de masas que gozan con los palimpsestos tarantinianos o con los guiños a películas, series, arquetipos o tópicos históricos de *El Ministerio del tiempo* (TVE, 2015-) tanto como con los retos o desafíos ergódicos.

Glissando finale: universos narrativos para una audiencia empoderada

Nuevas audiencias para nuevos universos narrativos. E insistimos en el término universo porque en la era digital se van imponiendo los *storyworlds* (Herman, 2009:105) más que las historias aisladas con principio y fin del llamado cine clásico. Walter Benjamin (1989) acertó plenamente presagiando una “era de la reproductibilidad técnica”, pues el aura singular de las antiguas películas se expande ahora hasta conformar universos diegéticos como los de *Star Wars*, *Star Trek*, los superhéroes, *El señor de los anillos*, *Harry Potter*, *James*

Bond, Torrente, Crepúsculo, etc. De nuevo la muerte (de lo singular) y la resurrección (de lo sinérgico). Las películas se hacen series o viciversa (*Isabel/La corona partida*), los videojuegos juegan al *ping pong* con la gran pantalla, al igual que la ficción real y la animada; por no

¶¶ Para clarificar lo que está ocurriendo en la compleja galaxia digital contemporánea los analistas han tenido que buscar conceptos mestizos como intermedialidad, transficcionalidad, hipermediaciones, narrativas aumentadas, *cross-media* o *transmedia*. ¶¶

hablar de la prolongación de esos mundos narrados en el *merchandising*, los foros, etc. Esa versatilidad del *storytelling* digital exige un público más activo, en el marco de una cultura crecientemente participativa. Como han planteado Gauntlett (2011) y otros el usuario es ya el protagonista del ecosistema digital. La noción del

autor romántico ha cedido terreno ante la avalancha de la inteligencia colectiva; ahora una película o una serie proponen pero los usuarios disponen conformando comunidades de fans (*fandom*) o incluso creando *fan fiction* para alimentar el universo expansivo de un producto cultural ya colectivo. Lo que Toffler alumbrara en su célebre libro *The Third Wave* (1980) como un sueño, se ha convertido en realidad: el prosumidor. Para entender su proceder no basta con el término “interactividad” —muy ceñido a la interacción tecnológica—, sino que hay que reclamar otro que asuma la potencialidad creativa como “actuación” (Murray, 1999:141). Estamos ante un verdadero empoderamiento del usuario *amateur* que reclama nuevas categorizaciones: intercreatividad” (Tim Benner-Lee, 1997), *open innovation, crowdsourcing* (Jeff Howe en *Wired Magazine*, 2007), *DYA (do it yourself)* o los “contenidos generados por usuarios” (CGU).

Para clarificar lo que está ocurriendo en la compleja galaxia digital contemporánea los analistas han tenido que buscar una colaborativa interdisciplinariedad valiéndose de conceptos mestizos como intermedialidad, transficcionalidad, hipermediaciones, narrativas

aumentadas, *cross-media* o *transmedia*. El cine y sus usuarios ya están metidos de lleno en estas dinámicas; bien es cierto que quedan relictos de lo tradicional y permanecerán con una mirada retro, *vintage* o lo que sea, pero la producción *mainstream* y los usuarios ya están apostando por esos cruzamientos de la cultura digital participativa. Las tecnologías avanzadas pueden depararnos muchas sorpresas; las historias audiovisuales transitarán por los más inusitados aparatos, incluso se harán tridimensionales, táctiles u olorosas; puede que los actores sean escaneos digitales de los referentes humanos —como en *El congreso* de Ari Folman— o pura entelequia de ceros y unos..., mas nunca desaparecerá la pulsión de contar historias, aunque adquieran esquemas y formatos que ni siquiera imaginamos ahora. El *homo narrans*, en consecuencia, tiene mucho futuro, tanto como su deriva tecnológica, la gamificación (qué palabra), la cultura fan, la prosumición y la inteligencia colectiva. Esos son los síntomas de un presente que se lee como una crisis con víctimas pero que en el fondo es el comienzo de una profunda metamorfosis en un ecosistema cultural a “velocidad de escape” (Dery, 1998).

Referencias

- Aarseth, Aspen. 1997. *Cybertext: Perspectives on Ergodic Literature*. The Johns Hopkins University Press.
- Barthes, Roland. 1966. *Introduction à l'analyse structurale des récits*. Communications, vol 8, nº 1, p. 1.
- Benjamin, Walter. 1989. *Discursos Interrumpidos I*. Buenos Aires, Taurus.
- Dery, Mark. 1998. *Velocidad de escape. La cibercultura en el fin de siglo*. Madrid, Siruela.
- Fisher, W. 1984. *Narration as a human communications paradigm: The Case of public moral argument*. Communication Monographs nº 51, pp. 1-22.
- Fiske, John. 1994. *Television Culture*. Nueva York, Routledge.
- Gauntlett, David. 2011 *Making is connecting: the social meaning of creativity, from DIY and knitting to YouTube and Web 2.0*. Cambridge, Polity.
- Herman, David. 2009. *Basic Elements of Narrative*. Malden (MA), Wiley-Blackwell.
- Jenkins, Henry J. 2008. *Convergence Culture. La cultura de la convergencia de los medios de comunicación*. Barcelona, Paidós.
- Murray, Janet. 1999. *Hamlet en la holocubierta. El futuro de la narrativa en el ciberespacio*. Barcelona, Paidós.
- Salmon, Christian. 2008. *Storytelling. La máquina de fabricar historias y formatear las mentes*. Barcelona, Península.
- Toffler, Alvin. 1980 *The Third Wave*. Nueva York, Bantam Books.