

EL UNIVERSO DE LA NARRATIVA TRANSMEDIA EN EL VIDEOJUEGO

THE UNIVERSE OF THE NARRATIVE TRANSMEDIA IN THE GAME

Práxedes Aristizábal Granada¹

Recibido: 30/09/2014 - Aceptado: 5/12/2014 - Publicado: 10/12/2014

Cómo citar este artículo: Aristizábal, P. (2014). Relevancia de la internet en el proyecto diseño para el diseñador colombiano. *Revista e-ikon* (1), 58-61.

JEL: M3, M31, M39

Resumen

En este artículo se presenta un análisis acerca de los aspectos más relevantes de la narrativa transmedia. Primero, se detalla que en el *storytelling* se encuentran las características de los relatos como nuevas formas de comunicación. Segundo, se expone la importancia que tienen en la creación y desarrollo de los videojuegos. Por último, se realiza una reflexión acerca del tema.

Palabras clave: Transmedia, storytelling, videojuegos.

Abstract

In this paper an analysis of the most relevant aspects of transmedia narrative is presented. First, is detailed in the storytelling are the characteristics of the stories as new forms of communication. Second, the importance in the creation and development of video games is exposed. Finally, a reflection on the subject is made.

Key words: Transmedia, storytelling, video games.

Introducción

Para iniciar esta reflexión acerca de la narrativa transmedia en el videojuego, se establece como objeto de estudio el *storytelling* como herramienta que permite crear relatos como comunicación, término que fue introducido por Henry Jenkins (2009). Jenkins afirma que el *storytelling* es la nueva manera de dar flujos de contenidos a través de múltiples canales, en la narrativa transmedia cada medio hace lo que mejor sabe hacer. A partir de estos componentes, trataré de establecer una mirada frente a las posibilidades narrativas que pueden estar presentes en los videojuegos, que permiten crear narrativas en la cual se crean

¹ Magíster en Comunicación Educativa de la Universidad Tecnológica de Pereira. Licenciada en Educación con énfasis en Tecnología Educativa de la Universidad del Quindío. Docente del Programa de Publicidad de la Escuela de Administración y Mercadotecnia del Quindío EAM. Correo electrónico: praxedesaristi@gmail.com

espacios, personajes, ambientes y donde un usuario tiene la posibilidad de una creación interactiva a partir de una narrativa transmediática.

Los relatos como herramientas de comunicación

La Internet 2.0 y la 3.0 son una versión mejorada de internet con tecnologías que fomentan la interacción de los usuarios con el surgimiento de las redes sociales, que en la actualidad utilizan los relatos como herramientas de comunicación, este se denomina *storytelling*, que consiste en la técnica de narrar y plantear historias. Esta técnica permite narrar cualquier cantidad de historias que van desde un cortometraje, un film, una campaña, un videojuego, un multimedia, entre otros.

El *storytelling* ha logrado que las tecnologías como el internet accedan a un nuevo autor o emisor, que generan relatos y logran captar su atención, dado que ellos deciden el tipo de contenido y la forma del mensaje para modificarlo, convirtiéndose ellos mismos en sus coautores. Si emiten un mensaje por internet y es reenviado, este será ampliado, cambiado y transformado, generando una verdadera interactividad en la creación de nuevos relatos, dado que los receptores ya no se limitan simplemente a leer, al contrario participa en la creación de los relatos y son cocreadores.

Las historias en la cual conviven los usuarios de las redes, se convierten en relatos entretenidos, cargados de emociones y sensaciones, porque permiten captar mejor la atención que la simple información, dado que el relato como herramienta de comunicación se establece de manera estructurada en una escena o secuencia de acciones, en la cual se apela a las emociones y sentidos.

¿Y en qué consiste la narrativa transmedia?

¿Cómo se puede entrelazar el *storytelling* con la narrativa transmedia? Primero se define qué es transmedia, para ello recorro al texto de Scolari (2013: 53) que la define como un proceso que implica interacción por parte del usuario, dado que el autor o el emisor decide qué recorrido efectuar y hasta dónde profundizar a través de las plataformas sociales, las cuales son utilizadas en la comunicación transmedia, favoreciendo la interacción de los usuarios con los diferentes relatos o narraciones.

La narración *transmedia* consiste en contar una historia a través de múltiples plataformas de diferentes medios de comunicación, que favorecen la interacción de los usuarios con los relatos y la cocreación de contenidos, que pueden llegar a transformar la historia en la cual tienen autonomía frente al relato y total independencia narrativa, aunque estarán conectados de algún modo entre sí, por ello los relatos se expanden y los contenidos convergen a través de los medios. En la narración *transmedia*, el compromiso con cada uno de los medios de comunicación aumenta la experiencia del usuario, dándole protagonismo a través de la interacción, dado que al actuar e integrarse con la historia genera otras formas de relacionarse; es un ángulo de enfoque que facilita la construcción de contenidos alrededor de un tema bajo un hilo argumental.

Scolari acuña el concepto de convergencia de medios, término que permitirá entender cómo la tecnología y la comunicación generan un proceso de diversificación mediática: “la aparición de internet como nueva plataforma base de la narrativa, ha obligado a revisar los modelos de articulación de los medios en el seno de los grupos de comunicación” (2013: 75). Dicha revolución mediática genera la creación de sistemas de contenidos mediante la proliferación de dispositivos receptores digitales, que añade una dimensión esencial tecnológica ante las nuevas formas de narración transmediática, generando integración de códigos comunicativos, dando como resultado un nuevo lenguaje multimedial que determina las lógicas de producción, distribución y consumo, para introducir en el mundo de la narrativa la construcción de audiencias y la distribución transmedia de los contenidos digitales.

El relato de las narrativas transmediáticas como herramientas de comunicación exponen un conflicto que tienen en cuenta la cotidianidad de los usuarios, por ello la recomendación a la hora de crear un *storytelling* es diferenciar lo que es el tema del relato, de qué va la historia, dar cuenta de un argumento, es decir; las relaciones que se presentan entre las acciones del relato para diferenciar la trama del sentido. Núñez reseña en su texto *¿Será mejor que lo cuentes!* “[...] que la trama es la estructura o aparato mecánico del relato, mientras que su sentido es la verdad que el creador quiere transmitir con él” (2007: 93). Al momento de crear y generar los relatos, el autor en cuestión hace énfasis en la importancia de tener claro la diferencia entre el tema, el argumento, la trama y el sentido en el momento de crear, ya que se cuentan historias para entretener, persuadir e informar.

¿Qué pasa entonces con las adaptaciones que permiten generar y conocer nuevos universos narrativos mediante códigos y lenguajes más próximos a su realidad? ¿Cómo las narrativas *transmedia* enriquecen el universo narrativo de los videojuegos que representan un medio natural de las narrativas *transmedia*? Cuando todos los medios en la era de la convergencia, vuelven inevitable el flujo de contenidos a través de múltiples canales.

Entonces cuál es el rol que desempeñan los videojuegos en los mundos de la narrativa transmedia

Los videojuegos ofrecen la posibilidad de crear mundos transmediales diseñando espacios de interacción, que permite el acceso y la apropiación de la información por parte de los usuarios, a través de la interfaz que permite la interacción con otros lugares y personas. El videojuego utiliza el *storytelling*, el cual le permite crear la narrativa y la historia del juego, aunque es el jugador quien cuenta la historia en el acto de jugar y que le permite actuar dentro de los videojuegos. La exploración de las historias, los mundos y las experiencias, le dan la posibilidad al usuario de participar en las historias; y de mediar a través de sus emociones.

Uno de los autores destacables acerca de la narrativa de los videojuegos es Jenkins (2009), en su texto *Fans, bloggers y videojuegos* plantea que la narración no forma parte de la esencia del videojuego, dado que para el videojuego el valor simbólico le es inherente. En palabras del autor no todos los videojuegos cuentan historias, por lo tanto la experiencia de un videojuego no está necesariamente reducida a la experiencia de una historia. Por ello,

cuando un diseñador de videojuegos se enfrenta a la necesidad de contar una historia, define la creación de los mundos, los espacios, contenidos y personajes en los cuales puede establecer niveles de jugabilidad y las motivaciones que puedan surgir con respecto a los personajes, sus historias y componentes narrativos.

Cuando se define un proceso narrativo en un mundo transmedia se tiene claro que cada una de las historias tienen diferentes experiencias, dependiendo de las plataformas en las cuales circula la historia, donde los personajes, ambientes y acciones tienen formas diferentes de sentido; y las experiencias del jugador son autónomas e independientes que le dan sentido a la forma como interactúa con la narración, ya sea que la narrativa sea lineal o en algunos casos la historia que va de fondo se revela poco a poco a medida que se avanza en la acción o en algunos. Además, la historia van en paralelo y de manera simultánea permitiendo una comprensión narrativa, en la cual los espectadores se reúnen y generan posibles formas de resolver los dilemas a través de las pistas que la historia pone en evidencia, que va permitiendo que los jugadores generen mundos para probar, ensayar, buscar y resolver para orientar al usuario.

Por último, la narrativa transmedia en los videojuegos no necesariamente consiste en comparar los elementos propios de una narrativa, como son los personajes, los ambientes y las acciones, se trata de crear a partir de las experiencias del jugador un sentido que permita que todas aquellas historias reproduzcan relatos y que permitan una representación del mundo, que exista una experiencia narrativa a través del viaje por el videojuego; que permitan generar expectativas y emociones a la aventura de jugar; que como resultado permita un proceso activo frente al juego y la narración.

Referencias bibliográficas

- Scolari, C. (2013). *Narrativas transmedia. Cuando todos los medios cuentan*. Barcelona: Deusto.
- Jenkins, H. (2009). *Fans, blogueros y videojuegos: la cultura de la colaboración*. Barcelona: Paidós.
- Núñez, A. (2007). *¡Será mejor que lo cuentes! Los relatos como herramientas de comunicación*. Barcelona: Empresa Activa.