

NARRATIVA DIGITAL INTERACTIVA EN UN CONTEXTO DE CONVERGENCIA

Rigo, Marisa Natalia

NARRATIVA DIGITAL INTERACTIVA EN UN CONTEXTO DE CONVERGENCIA

Intersecciones en Comunicación, vol. 1, núm. 14, 2020

Universidad Nacional del Centro de la Provincia de Buenos Aires, Argentina

Atribución no comercial compartir igual (CC BY-NC-SA) 4.0

NARRATIVA DIGITAL INTERACTIVA EN UN CONTEXTO DE CONVERGENCIA

Marisa Natalia Rigo
Facultad de Periodismo y Comunicación Social -
Universidad Nacional de La Plata, Argentina
marisanataliarigo@yahoo.com.ar

Recepción: 20 Febrero 2020
Aprobación: 28 Marzo 2020

Recepción: 20 Febrero 2020
Aprobación: 28 Marzo 2020

RESUMEN:

El trabajo apunta a producir una reflexión crítica sobre la narrativa digital interactiva, las multipantallas y los cambios en el consumo de contenido de las audiencias, en un contexto de convergencia. Para ello, exploro el caso de la película interactiva de Netflix, *Black Mirror Bandersnath*. El propósito es analizar las interacciones con las diferentes pantallas, el descentramiento espacio-temporal de la interacción y la irrupción de las audiencias en los consumos del audiovisual digital.

PALABRAS CLAVE: narrativa digital interactiva, consumo, convergencia, audiencias, plataformas digitales.

ABSTRACT:

INTERACTIVE DIGITAL NARRATIVE IN A CONTEXT OF CONVERGENCE. The work aims to produce a critical reflection on interactive digital narrative, multiscreen and changes in the content consumption of audiences, in a context of convergence. To do this, I explore the case of the Netflix interactive movie, *Black Mirror Bandersnath*. The purpose is to analyze the interactions with the different screens, the spatial-temporal decentering of the interaction and the irruption of the audiences in the consumption of digital audiovisual.

KEYWORDS: interactive digital narrative, consumption, convergence, audiences, digital platforms.

INTRODUCCIÓN

Si algo caracteriza a la convergencia cultural que estamos transitando es la posibilidad de múltiples narrativas expandiéndose por diversas pantallas. Nada permanece quieto, todo está en constante movimiento. Formamos parte de un conjunto de redes de comunicación interconectadas, donde se concentran los viejos medios de comunicación y los nuevos medios digitalizados, dejando su impronta y avanzando a pasos agigantados.

Como explica Beatriz Quiñones (2016) convergencia es un concepto inherente al desarrollo tecnológico de la especie humana: se han construido múltiples dispositivos y sistemas, desde la antigüedad, en los que convergen dos o varios sistemas anteriores. Pero en el mundo digital, la convergencia se convierte ya no es una posibilidad, sino en la característica central de todo el sistema sociotécnico de comunicaciones (p. 66).

Estamos ante un modo de comunicación en red, es decir, multimedial e interactiva, que se reinventa a partir del desarrollo de las tecnologías digitales, donde los diferentes medios convergen, y gracias al avance de las tecnologías digitales, las audiencias pueden elegir qué, cómo, cuándo consumir determinado producto, seleccionando la pantalla por la que pretende visualizarlo. Produciendo un escenario multipantallas que se renueva y nos interpela constantemente.

La cultura de la convergencia donde chocan los viejos y los nuevos medios, donde los medios populares se entrecruzan con los corporativos, donde el poder del productor y el consumidor mediáticos interaccionan de maneras impredecibles (...) Con convergencia me refiero al flujo de contenido a través de múltiples plataformas mediáticas, la cooperación entre múltiples industrias mediáticas y el comportamiento migratorio de las audiencias mediáticas, dispuestas a ir casi a cualquier parte en busca del tipo deseado de experiencias de entretenimiento. Convergencia es una palabra que logra describir los cambios

tecnológicos, industriales, culturales y sociales en función de quienes hablen y de aquello a lo que crean estar refiriéndose. (Jenkins, 2008: 14).

Continuando con esta reflexión, la convergencia no se da solamente en los aparatos tecnológicos, se produce en el cerebro de los consumidores individuales y mediante sus interacciones sociales con otros, a partir de fragmentos de información extraídos del flujo mediático

La convergencia pone en juego las nuevas tecnologías, con los medios de comunicación tradicionales. Todos coexisten, y en este escenario las fronteras son difusas, no están marcadas, están en permanente movimiento. Sin embargo, no podemos hablar solamente de cambios tecnológicos, también se desarrollan transformaciones culturales y sociales, y aparecen nuevas relaciones que se tejen entre medios, audiencias y productos mediáticos en la sociedad contemporánea.

El término convergencia torna inevitable el flujo de contenidos a través de múltiples plataformas mediáticas. Donde la estructura de la industria audiovisual tiene un enorme interés por integrar el entretenimiento y el marketing, para crear fuertes vínculos emocionales y emplearlos para aumentar las ventas en ciertos medios de comunicación. Asimismo, la convergencia se desarrolla en un contexto mediado por un interés económico, donde la industria mediática y las empresas digitales realizan alianzas estratégicas que les permitan lograr un posicionamiento y liderazgo dentro de la industria del entretenimiento.

En este sentido, la convergencia aparece como condición de posibilidad para que la conjunción entre soporte tecnológico y prácticas sociales sirva como un espacio privilegiado para que se desarrollen y potencien las luchas en contra de la imposición unilateral de los productores sobre los consumidores. Creando un escenario donde el consumidor actual deja de aceptar de una forma dócil los productos que se le ofrecen y comienza a reclamar ser coproductor de su propio consumo (García Fanlo, L., 2012). Efectivamente, la convergencia provoca que las audiencias consuman de diferentes modos el producto que están mirando. Debatiendo, seleccionando, por ejemplo, qué parte de una ficción pueden volver a ver, cuándo y las veces que deseen. En donde el modelo de televisión broadcasting (programación fija) se adapta a los nuevos medios.

Black Mirror Bandersnath, les otorga a las audiencias un falso lugar de guionista, al permitirle que ellas decidan sobre el rumbo de la vida del protagonista, como si estuviesen escribiendo su propio guion. En este caso el prosumidor jugará sus dos roles: consumidor y productor, siempre dentro del universo de posibilidades propuesto por la plataforma. Me atrevo a decir falsa libertad del prosumidor, situación que implica una tensión; debido a que hay un control detrás de cada uno. Si bien es cierto que hay numerosas hojas de ruta para transitar la historia, todas fueron estudiadas por los guionistas. Lo que piensa / crea el consumidor ya fue analizado por los productores de la película. No hay nada librado al azar.

Todo esta debidamente controlado, desde el momento que cada decisión te lleva a otra, pero en ningún momento de la trama podés adelantarte hacia un final sin antes tomar alguna ruta propuesta por los creadores del largometraje.

En la convergencia subyacen los medios de comunicación tradicionales, las nuevas tecnologías, las redes sociales, creando un espacio propicio para la interacción de las audiencias, que reclaman, opinan, debaten, valoran, es decir, que interpelan continuamente el contenido que están visualizando. En el proceso de la convergencia, todos los medios mutan permanentemente, alterando sus relaciones con las tecnologías, las redes sociales, las audiencias, profundizando el modo de recepción colectiva.

En este contexto, se da un cambio en los modos, instrumentos para acceder al contenido de los medios. Si bien un medio es una tecnología que habilita la comunicación, también es un conjunto de prácticas sociales y culturales que han crecido alrededor de esa tecnología, es decir que los medios son sistemas culturales. (Varela, M., 2009).

La existencia de una convergencia que reúne a todos los medios de comunicación, con múltiples aplicaciones, acceso a diversas redes de información, creación y producción conjunta de contenidos, permite que las audiencias se conviertan en un sujeto activo de convergencia entre numerosos medios de comunicación.

EL CASO NETFLIX: BLACK MIRROR BANDERSNATH

En lo que sigue me propongo revisar la narrativa digital interactiva a partir de la película de Netflix, *Black Mirror Bandersnath*[i]. Asimismo, procuro abrir el debate sobre las nuevas narrativas, las multipantallas y los consumos que permiten la creación de un escenario comunicacional en el marco de las transformaciones tecnológicas en un contexto convergente.

Para ello, organizaré la argumentación a partir del desafío que plantea la comprensión de las múltiples interacciones con las diferentes pantallas, el descentramiento espacio-temporal de la interacción y la irrupción de las audiencias en los consumos del audiovisual digital.

Desde principios del siglo XXI asistimos a una reconfiguración de la producción, circulación y consumo audiovisual, acompañado por la evolución de la tecnología y la aparición de numerosas pantallas donde también se constituyen múltiples comunidades de recepción, producción, apropiación e interpretación. La invitación es a explorar desplazamientos conceptuales y de uso de las nuevas pantallas, así como también las propias del consumo, que tienen repercusión en la narrativa audiovisual.

Me moviliza, la inquietud por explorar las condiciones que hicieron posibles los nuevos modos de vinculación de las audiencias con Netflix, las nuevas formas de mirar, la consolidación de las audiencias multitasking, poniendo el foco en la película *Black Mirror Bandersnath*, como una narrativa digital interactiva[ii].

La intención es dejar planteadas algunas coordenadas conceptuales y analíticas, en torno de esta temática. Además de insistir en la importancia de la investigación y el estudio de los nuevos modos de consumo que se desprenden de esta clase de narrativas digitales interactivas, con el propósito de hacer frente a futuros desafíos teóricos.

Para continuar avanzando es necesario contextualizar el caso sobre el que me voy a focalizar. A finales del 2018, Netflix, como plataforma de contenido en streaming, estrenó la primera película interactiva *Black Mirror: Bandersnath*[iii], sobre la cual las audiencias pueden elegir cómo continúa la vida del protagonista. A medida que la audiencia decide entre las opciones dadas, y de este modo se pueda avanzar en la película, la historia presentará diferentes finales alternativos.

Las decisiones que tome la audiencia, pueden hacer que *Black Mirror: Bandersnath* dure 90 minutos o se extienda más de tres horas. También es importante aclarar que no todos los dispositivos permiten visualizar la película, sino con ciertos modelos compatibles de última generación.

Si bien al comienzo de la trama, el film guía a la audiencia haciéndola elegir entre opciones simples como, por ejemplo, qué desayuna, luego las decisiones se vuelven más complejas. Otro punto a destacar, es que la audiencia no puede adelantar el contenido en ningún momento.

A pesar de que la plataforma, inicialmente, no expresó la cantidad de finales posibles, es interesante ver cómo las audiencias crearon una especie de mapa u hoja de ruta con cada opción presentada, y las sucesivas consecuencias y vuelcos de la trama que conlleva cada decisión, hasta llegar a cinco finales disponibles.

Aunque la narrativa interactiva de la película está planteada desde el lugar protagónico de la audiencia, quien debe decidir el futuro del personaje principal, es importante preguntarnos hasta qué punto esto es así; partiendo de la base que la película en su totalidad está controlada desde la escritura del guion por el equipo creativo del film. Cada decisión, cada accionar de la audiencia fue previamente diseñado para llegar a cada uno de los cinco finales propuestos. Un ejemplo, es cómo la elección de ciertas decisiones solamente no nos permita avanzar con la trama, sino que lleva a la audiencia hacia atrás, para seleccionar la opción contraria a la elegida.

Esta situación hace que en varios pasajes la película parezca fragmentada, obligándonos a volver atrás y a elegir tomar una decisión, contraria a la que habíamos seleccionado inicialmente. Otra posibilidad es optar por no decidir ninguna de las opciones propuestas, lo que nos llevaría a ver la película de una forma estandarizada, automática, sin ningún camino por recorrer o rompecabezas para armar.

Puede que, para Netflix, *Bandersnath* sea el punto de inicio hacia el cine interactivo a desarrollarse en su plataforma, sin embargo, la audiencia no puede elegir libremente el camino a seguir. A los diferentes finales se llega a partir de una serie de determinadas elecciones en el transcurso de la trama, donde ver la película se transforma en algo lúdico, donde las audiencias avanzan y retroceden constantemente, de acuerdo a si toman la ruta correcta o la incorrecta. Demostrando una vez más, que Netflix tiene que continuar explorando el universo de las narraciones interactivas.

EL ROL DE LAS AUDIENCIAS

El escenario de la convergencia permite innumerables interactividades posibles que se desprenden de dispositivos audiovisuales que conforman el ecosistema comunicativo contemporáneo, inaugurando nuevas formas de interacción con el contenido. Principalmente, en el campo de las ficciones, donde las audiencias comienzan a jugar el papel de creadores de narrativas específicas.

El lugar que están conquistando las audiencias, las ubica en un lugar de interpelación permanente, de cambios profundos, y frente a este contexto se evidencia un replanteamiento sobre el funcionamiento de las industrias de contenidos y del entretenimiento. Como afirma Barbero (2011), la convergencia remite a nuevos procesos y prácticas. Se desarrolla un novedoso modo de interacción entre medios, géneros y formatos. Se habla de una convergencia de innovación e incluso de invención que hace nacer a la vez nuevas cosas y nuevos usuarios.

En un contexto mediado por las nuevas tecnologías, Netflix posibilita la inauguración de contenidos digitales interactivos, posibilitando otra clase de modelo comunicacional, fundado en la participación y el accionar de las audiencias.

La creación de una estrategia multiplataforma que potencia una idea realizada en un soporte base, permite la interacción de distintos productos y acciones, además de la transformación de las audiencias en verdaderos “prosumidores” (productores y consumidores a la vez), quienes intervienen y forman parte de la trama (Vacchieri y Castagnino, L., 2015). Nos ubicamos en una etapa compleja frente a la resignificación del contenido, y de la relación de este y las audiencias, las cuales presentan un rol multifacético. Aparecen nuevas maneras que producen cambios en el modo de producir, distribuir y consumir contenidos.

El avance tecnológico ha operado cambios en la comunicación; surgiendo otras formas de comunicar, nuevos formatos y plataformas de expresión que modifican la relación de las audiencias con los medios. En este escenario, las audiencias sufrieron mutaciones, adquiriendo un papel multitasking.

Los medios corporativos reconocen progresivamente el valor y la amenaza que representa la participación de los fans. Los productores y anunciantes mediáticos hablan hoy de “capital emocional” o de “marcas de amor” para referirse a la importancia de la implicación y participación del público en los contenidos mediáticos. Los contadores de historias conciben hoy la narración como creación de espacios para la participación del consumidor. Al mismo tiempo, los consumidores emplean las nuevas tecnologías mediáticas para involucrarse en el contenido de los viejos medios, y ven Internet como un vehículo para la resolución colectiva de problemas, la deliberación pública y la creatividad popular. Indagar la forma en que se retoman los viejos medios, cómo se da la deliberación pública y la creatividad popular. De hecho, la interacción y la tensión entre la fuerza de arriba / abajo de la convergencia corporativa y la fuerza de abajo / arriba de la convergencia popular la que está impulsando muchos de los cambios que observamos en el paisaje mediático. (Jenkins, 2008: 174).

La convergencia activó en las audiencias distintas maneras de consumo y de uso en forma simultánea con prácticas de producción e interacción. El contenido está disponible, a su alcance, cuando, donde, y en la plataforma que lo deseen, implicando a las audiencias en una red de medios, que las seduce permanentemente y que las convoca a interactuar con sus pares. Destacando que el traspaso de una comunicación lineal a una interactiva es un cambio significativo en el comportamiento de las audiencias.

Black Mirror *Bandersnath* posibilitó un consumo diferente, es decir interactivo, que le permite al usuario participar de las decisiones de los personajes, los cuales tienen diversos grados de consecuencias en la continuidad de la trama, como por ejemplo cuando hay que elegir si el protagonista mata al padre (momento trascendental en el desarrollo de la historia), o simplemente decidir qué marca de cereales va a comer, sin provocar ningún hecho significativo.

Las redes sociales fueron un escenario propicio para la difusión de la película, pero también se convirtió en un lugar de encuentro, donde las audiencias debatían sobre las elecciones tomadas y cómo estas repercutían en la historia. Numerosas recomendaciones sobre las rutas posibles de continuidad de la historia cambiaron claramente los modos de consumo.

Cada uno consume una película diferente de acuerdo a las decisiones tomadas. No hay un solo film sino que se pueden construir numerosas historias una y otra vez. El pasaje de una comunicación lineal a interactiva permite que la audiencia comparta su experiencia de consumo que es diferente a la del resto. Las múltiples combinaciones que se pueden realizar en el momento de visualizar la película hacen que se desprendan diversas lecturas posibles.

Las nuevas tecnologías potenciaron y cambiaron las prácticas de las audiencias en el marco de un espacio digital en permanente fluctuación, heterogéneo y complejo, ligado a lo inmediato y lo virtual, fortaleciendo un aspecto interactivo de la comunicación, para la producción, circulación y distribución de los contenidos. Haciendo uso también, de los contenidos a través de las multipantallas, la cantidad de veces que lo desee.

No obstante, en *Black Mirror: Bandersnath* nos podemos cuestionar si las audiencias son las verdaderas protagonistas, si ellas tienen el control total al momento de mirar el largometraje o solamente hay ciertas hojas de rutas a recorrer, y si no se siguen se tiene que volver atrás una y otra vez, hasta elegir la opción prediseñada por los creadores.

Desde otra perspectiva, el hecho de que la audiencia sea invitada a completar la historia denota que desde la historia misma la audiencia es pensada como activa, inteligente y creativa. Y por supuesto, capaz de sumarse al visionado, de la serie en este caso, no como mera espectadora, sino como coautora imaginativa de aquello que ve y disfruta en la pantalla. (Orozco Gómez, 2016: 183).

Sin embargo, ante el deslumbramiento de la una narrativa interactiva y todo el trabajo de difusión armado por Netflix para seducir a las audiencias con un contenido innovador, no debemos olvidar que todo está orquestado por complejas estrategias de marketing.

¿Esto significa que Netflix nos mintió, y que lo que se promociona como interactivo es solo un engaño? Si bien es verdad que estamos ante un contenido explorativo que las audiencias tienen que recorrer, ellas mismas tienen que transitar el laberinto por el que camina el protagonista, pero a partir de ciertas rutas posibles, claramente dadas por los guionistas.

Las audiencias si bien pueden decidir armar ese rompecabezas complejo la cantidad de veces que lo deseen, también pueden decidir optar una actitud pasiva, sin tomar ninguna decisión y finalizar la película a los 90 minutos, o, por el contrario, adentrarse en explorar cada opción propuesta, llegando incluso a superar las tres horas de visualización, descubriendo cada misterio propuesto.

Esta clase de narrativas hace que las audiencias se adentren en una especie de búsqueda del tesoro, donde tienen que hallar pistas para continuar avanzando en la historia. El acercamiento se efectúa por medio de la resolución de múltiples enigmas que llevan a las audiencias a encontrar piezas de información claves sobre la trama (Vacchieri y Castagnino, L., 2015).

Como expuse anteriormente Netflix hace uso de estrategias de marketing para seducir a las audiencias, con el objetivo de conquistarlas y potenciar permanentemente su participación con el contenido propuesto. Un ejemplo son los modos en que Netflix hizo uso de las redes sociales, jugó con sus audiencias sobre el avance de la trama de *Bandersnath*. En un primer momento desde el Twitter oficial de la plataforma no dieron a conocer la cantidad de finales que tenía el largometraje, estrategia que permitió que las audiencias debatieran sobre los posibles finales y los caminos para llegar a ellos.

Las audiencias fueron armando mapas con rutas alternativas para descubrir los finales, y cómo se accedía a cada uno de ellos junto con el detalle de las elecciones previas que debían tomarse. Las redes sociales se convirtieron en un lugar de disputa, discusión, debate sobre los diversos caminos de la trama, los contenidos ocultos y cómo acceder a ellos. Los comentarios eran monitoreados y potenciados a través de las redes oficiales de Netflix, respondiendo dudas, dejando incógnitas, compartiendo “pistas” para descubrir los finales, entre otros.

Además, Netflix con *Bandersnath* rompe los límites de la narración, lo que le permite tener información sobre el comportamiento de las audiencias de acuerdo a las elecciones que toman en la trama. Esto les permite guardar registros de nuestros gustos para ser analizados por los algoritmos de Netflix, y ser utilizados en el momento de creación de futuras series y películas.

Continuando con los modos de consumo de las audiencias en relación a esta clase de narrativa, cabe destacar cómo las audiencias crearon una hoja de ruta que desentrañaba lo que ocurría a partir de cada decisión tomada, llegando a los cinco finales posibles. Esto se desarrolló en el medio del debate de las audiencias a través de las redes sociales, donde expresaban sus avances en la trama, sus frustraciones, su aceptación y rechazo frente a este modo de transitar por la historia.

De acuerdo a las decisiones que tomaban las audiencias en diferentes tramos de la historia, se llega a los siguientes finales:

1- El protagonista termina detenido. Un enfrentamiento con el padre hace que Stefan lo mate y que la audiencia decida que hace con el cuerpo: enterrarlo o descuartizarlo.

2- A través de una computadora a Stefan se le revelará que es la misma audiencia la que está decidiendo sus acciones en el futuro. Stefan no sabe qué es Netflix y se pregunta si es un planeta. En ese momento acude a su psicóloga, con quien mantiene una lucha al estilo karateca, provocando la caída de la cuarta pared entre las audiencias y el protagonista.

3- Luego de la pelea con la psicóloga Stefan salta por la ventana mientras se escucha la orden ¡Corten!, y se muestra que Stefan era un actor en un set de grabación de la película *Black Mirror*.

4- Cuando Stefan está yendo a ver a su psicóloga, la audiencia puede elegir si continua el trayecto o cambia de rumbo y va a la casa del programador Colin. Si se decide por la segunda opción, se muestra a Colin y Stefan tomando ácido; escena que conlleva dos finales trágicos, según quien salte del balcón. Si salta Stefan la película termina en ese momento con su muerte. En cambio, si Colin se arroja por el balcón, la historia vuelve a la trágica niñez de Stefan.

5- Este final es el único que sale de 1984 y se proyecta hacia el futuro. Si la audiencia decide que Stefan, luego de matar a su padre, lo descuartiza en lugar de enterrarlo, el protagonista termina yendo a la cárcel. Sin embargo, el videojuego, a pesar del éxito, es sacado de circulación por la historia violenta que narra. El tiempo pasa y la hija del programador Colin, fanática de los videojuegos como su padre, decide crear un remake de *Bandersnatch*. Todo parece indicar que la historia vuelve a repetirse.

Sin dudas, esta película expone diversas formas de consumo que repercuten directamente en la continuidad de la historia, y que genera diversos modos de lectura y formas de apropiación. Cada elección tomada permite llegar a diferentes situaciones que cambiarán el futuro del protagonista y que repercutirán en el final al que se llegue.

En este contexto, la transformación de las tecnologías digitales, la irrupción de multipantallas, posibilitó que a partir de un contenido como puede ser una ficción, se desarrollen diversas estrategias comunicacionales con el propósito de atraer a las audiencias, potenciando la participación de ellas y la difusión de los productos que realizan.

La convergencia posibilitó el desarrollo de audiencias que eligen, opinan; modificando los modos de consumo al igual que las formas en las vinculan con los diversos productos ofrecidos. Se piensa en un contenido para ser consumido en diferentes plataformas, destinado a audiencias que consumen y participan del contenido en cuestión.

La era de la convergencia posibilita un modelo de comunicación que se desarrolla desde una plataforma digital (Netflix) pero que requiere la participación de audiencias, consolidando un proceso de intercambio y producción constante, que se extiende hasta las redes sociales. Modernizando las formas de consumir desde una mirada digital, caracterizada por la interactividad y lo multimedial.

En muchos casos los contenidos de ficción hoy presentan narrativas más sofisticadas y con mayor calidad en cuanto a los recursos de producción. Con tramas más elaboradas, los productores/escribtores obligan a las audiencias a poner más atención en las historias, formando públicos cautivos que demuestran mayor intensidad en el seguimiento de las historias, evidenciado a través de su compromiso, expresado en las diferentes avenidas de interacción abierta a través de los medios digitales y las redes sociales (Piñón, 2016: 29).

De este modo, las audiencias, atravesadas por la convergencia, se ven implicadas en una red persuasiva que las conduce de una plataforma a otra, de una pantalla a otra, siempre en relación con un contenido que es de su interés.

A MODO DE CIERRE

Este trabajo tuvo el propósito de analizar cómo la narrativa digital interactiva a partir del caso de la película de Netflix, *Black Mirror: Bandersnath*, en un contexto de convergencia, pone en juego nuevas formas de consumo por parte de las audiencias. En el camino de investigar esta nueva clase de narrativa y observar las transformaciones tecnológicas que se desarrollan en el escenario de la convergencia, pude dar cuenta que existen algunos interrogantes sobre esta forma de narrar, llegando a cuestionar hasta qué punto el largometraje estudiado es interactivo, y si son las audiencias tan protagonistas cómo desde la plataforma publicitan.

Por otro lado, operó también como oportunidad para revisar, cómo las audiencias se desarrollan, se expanden, y exploran el universo de las narrativas interactivas. En varias ocasiones perdidas en el laberinto que propone Netflix, pero sin dudas, saliendo fortalecidas luego de haber participado en el armado de este rompecabezas complejo que presenta *Black Mirror: Bandersnath*. Donde la convergencia es clave para la reconfiguración de las audiencias, siendo ellas mismas quienes ayudan a sus pares en la resolución del film. Un claro ejemplo fue la hoja de ruta que armaron sobre las consecuencias de elegir cada decisión propuesta por la película, y hasta dónde se puede avanzar a través de la toma de cada elección. Llegando al descubrimiento de los distintos finales que proponían los creadores de *Black Mirror: Bandersnath*.

Si bien la convergencia permite la creación de este tipo de narraciones digitales, es importante repensar contantemente, en qué lugar se quiere ubicar a las audiencias y cómo actúan a partir de la expansión de las mismas a través de diferentes canales como las redes sociales, espacio en el que se nuclean, se reagrupan, debaten y opinan sobre el contenido propuesto. Quiñones lo dice de manera directa:

No sólo se trata de generar contenidos para nichos (pequeñas audiencias agrupadas por gustos temáticos). Se trata, principalmente, de que los contenidos sean competitivos en cada plataforma o medio en el que sean emitidos y que, a su vez, sean coherentes en un entorno de convergencia. La diversidad requerida por este desafío es tan grande que debe echarse mano a la recursividad y al apoyo cocreador del propio usuario. (Quiñones, 2016: 69).

Por último, la escritura movilizó reflexiones sobre la reconfiguración de la producción, circulación y consumo audiovisual, donde la convergencia posibilita la constitución de comunidades de audiencias multitasking que se apropian e interactúa con el contenido. En este escenario, debemos estar atentos a los nuevos desplazamientos conceptuales y de uso de estas narrativas interactivas, constituyendo nuevas líneas de investigación que den cuenta de los procesos que se desarrollan en un contexto de convergencia, que nos atraviesa permanentemente.

REFERENCIAS

Barbero, J. 2011. Reubicando el campo de las audiencias en el descampado de la mutación cultural. En *Análisis de recepción en América Latina: un recuento histórico con perspectivas al futuro*. Comps. N. Jacks. Quito: Quipus-CIESPAL, 451 – 461.

REFERENCIAS

García Fanlo, L. 2012. Twitter y la rebelión de los ciberfans de *Gran Hermano 2.0*. En *Las Políticas de los internautas: Nuevas formas de participación..* Comps. M. Carlón y A. Neto. Buenos Aires: La Crujía, 97 – 115.

Jenkins, H. 2008. *Convergence Culture. La cultura de la convergencia de los medios de comunicación*. Paidós. Barcelona.

Orozco Gómez, G. 2016. Por una creatividad televisiva que empodere a sus audiencias. En *Tvmorfosis 5: La creatividad en la era digital*. Comp. G. Orozco Gómez. México: Productora de Contenidos Culturales Sagahón Repoll, 181 – 193.

REFERENCIAS

Piñón, J. 2016. Las series de televisión como estrategia de la industria dentro de la convergencia digital. En *Tvmorfosis 5: La creatividad en la era digital*. Comp. G. Orozco Gómez. México: Productora de Contenidos Culturales Sagahón Repoll, 29 – 48.

Quiñones, B. 2016. Los nuevos escenarios de la televisión. En *Tvmorfosis 5: La creatividad en la era digital*. Comp. G. Orozco Gómez. México: Productora de Contenidos Culturales Sagahón Repoll, 66 – 69.

Vacchieri A y L. Castagnino. 2015. Narrativas transmedia. En *Tendencias! Claves sobre la cultura argentina hoy*. Comp. L. Quevedo. Buenos Aires: Siglo XXI, 197 – 232.

Varela, M. 2009. Él miraba televisión, Youtube. La dinámica del cambio en los medios. En *El fin de los medios masivos. El comienzo de un debate*. Comps. M. Carlón y C. Scolari. Buenos Aires: La Crujía, 209 - 228.

NOTAS

- 1 Black Mirror es una serie de televisión británica, creada en el año 2011, por Charlie Brooker. Género: Ciencia Ficción. Sinopsis: cada episodio es una historia diferente, que relata el uso/abuso de la tecnología, y cómo los seres humanos se relacionan y conviven con esta, mostrando las posibles consecuencias que se producirían en un futuro. La serie dispone de cuatro temporadas. A partir de la tercera temporada, Netflix compra los derechos de la misma, haciéndose cargo de la producción y difusión a través de su plataforma.
- 2 En el año 2017, Netflix ya había experimentado el uso de la tecnología aplicada a las narrativas, *El gato con botas: atrapado en un cuento épico*, fue el primer lanzamiento por parte de la plataforma streaming, que ofrece una dinámica interactiva. Si bien es una serie dirigida a un público infantil, la misma se convirtió en el primer acercamiento de la plataforma a un contenido en el que la audiencia puede elegir el rumbo de la historia. Unos meses después, la plataforma lanzó el segundo contenido interactivo dentro del género infantil: *Buddy Thunderstruck: La lista de quizá*. Fue entonces en el año 2018, cuando Netflix debutó con la película *Black Mirror: Bandersnath*, en el universo de producciones interactivas enfocada a un público adulto.
- 3 El 28 de diciembre de 2018, se interrumpió momentáneamente la serie por temporadas, para dar paso a la película: *Bandersnath*. El largometraje se basa en un videojuego, que lleva el mismo nombre, inspirada en la novela del autor Jerome F. Davies. Dirección: David Slade. Sinopsis: ambientada en los años 80, un joven programador (Stefan) intenta adaptar la novela de ciencia ficción a un videojuego donde el jugador tiene que decidir entre numerosas opciones que lo llevarán a diversos finales. Durante el proceso de programación, el protagonista comenzará a experimentar diferentes sucesos que lo llevarán a cuestionar la realidad que está viviendo.

CC BY-NC-SA