

ENTREVISTA A JOSÉ LUIS SÁNCHEZ NORIEGA.¹

De cómo el contexto ayuda a que la fantasía se reinvente.

Ricardo M. Haye.²

Resumen.

La entrevista³ puntualiza la situación del género fantástico, que atraviesa un momento de auge a propósito de las posibilidades que le ofrecen los tradicionales medios de comunicación, así como las estrategias de expansión del relato que se apoyan en las narrativas transmediales.

Palabras clave.

Fantasía – Medios – Transmedia – Autor – Diseñador.

Abstract.

The interview gives details of the fantasy genre, which runs through a boom time thanks to the possibilities that offer the traditional media as well as the expansion of narrative strategies that rely on the transmedia storytelling.

Keywords.

Fantasy – Media – Transmedia – Author – Showrunner.



Proveniente del cine, a Sánchez Noriega no se le escapa que ya existen varias generaciones que no son cinéfilas, pero no le saca el cuerpo a los textos audiovisuales que se expresan a través de otros soportes. Ni tampoco a las historias que se alejan de la representación realista, porque –sostiene– cualquier relato fantástico siempre habla de “aquí y ahora”, así como cualquier relato futurista siempre se refiere al presente. En ese sentido, asegura que lo fantástico está conociendo una diversidad muy grande, en la que caben relatos acerca del poder y las relaciones humanas, que son temas absolutamente intemporales. También

puntualiza que el género está experimentando una transformación que lo torna mucho más libre y atrevido y arriesga que esa mutación guarda coherencia con el carácter multicultural asumido por las sociedades de nuestro tiempo. Incluso la incertidumbre característica de la posmodernidad –nos dice– favorece las instancias de construcción de mundos posibles. El diálogo repasa el aporte de algunos productos señeros de la producción audiovisual reciente y avanza sobre las posibilidades de expansión del relato que habilita la estrategia comunicativa del transmedia.

¿Este es un buen momento para la narrativa fantástica?

Yo creo que sí, sobre todo en las series de televisión más que en el cine. Allí está ocurriendo un desarrollo notable. El género fantástico siempre atrajo a un público juvenil que es el que ahora más se nutre. Debemos reconocer que tenemos varias generaciones que ya no son cinéfilas. Hay una franja que va de los doce o quince años y llega hasta los 25, que se ha ampliado mucho y que demanda este tipo de relatos.

¿Y esto alcanza para que la fantasía adquiera un reconocimiento formal como práctica significativa?

Pablo Iglesias, el líder político de un grupo español emergente como “Podemos”, ha dicho que el contenido político de relatos como “El señor de los anillos” era importante porque cualquiera de estas historias se puede leer en clave de naturaleza del poder. Es decir, cualquier relato fantástico siempre habla de “aquí y ahora”, como cualquier relato futurista siempre habla del presente y, en ese sentido, yo creo que siempre puede haber ese tipo de lecturas y cosechar un público amplio.

¿Se puede hablar hoy de un estatuto de lo fantástico? ¿Cuáles serían sus características determinantes?

Habría que pensarlo... Yo diría que en primer lugar hay una neo-épica que presenta héroes, arquetipos recreados. Hubo un tiempo en que lo fantástico se veía como una desmitificación. Era como el anticuento de hadas. Ahora hay un reencantamiento; se están rehaciendo los relatos épicos y se les está dando otro sentido, otras características. Tanto las historias de amor como las de conquista o las pruebas que tiene que atravesar el héroe abandonan esa cierta cuota de realismo que el género fantástico de hace algunos años respetaba. Ahora la fantasía es mucho más libre. Dentro de esta neo-épica, “*Juego de Tronos*” es muy representativo de este tipo de relatos, que presuponen una sociedad más multicultural en todos los órdenes: lingüístico, religioso, racial. Eso quiere decir que habrá gentes de muy diversas creencias, principios, estilos de vida.

La princesa Daenerys y uno de sus dragones. (“*Game of thrones*” – “*Juego de tronos*”)



Ante la emergencia de las narrativas transmedia, ¿qué puede pasar con lo fantástico?

Lo fantástico tiene amplias posibilidades en series de televisión precisamente porque tienen muchas amplificaciones. La experiencia me dice que en los últimos años se ha registrado un gran desarrollo porque, por su propia naturaleza, es muy difícil que relatos como los de los video juegos se atengan a un patrón realista. Así como el histórico es un relato cerrado, que tiene que ser fiel a la realidad histórica, el video juego está abierto a múltiples líneas de desarrollo que pueden no responder a la realidad.

Lo fantástico está conociendo una diversidad muy grande. Hay un fantástico más próximo al terror y otro más cercano a la épica y a la aventura. En este caso, con los que plantean una difusa Edad media y presentan los territorios de Shakespeare. Y ahí caben relatos que hablan del poder y de las relaciones humanas, que son absolutamente intemporales.

¿Puede ser que las dimensiones colosales que trae consigo el transmedia faciliten ahora el proceso de construcción de mundos posibles?

Efectivamente. Sobre todo porque este fenómeno entronca perfectamente con la fase posmoderna que vive la sociedad occidental y que propicia la perplejidad acerca de los sistemas políticos, económicos. Vivimos una época de mucha incertidumbre y, de repente, las normas o los modos de funcionamiento han empezado a quebrarse. Y esto es muy coherente con ver un tipo de relatos donde, según qué claves utilices, hay distintos mundos, diferentes realidades. Eso funciona a nivel de utopías y de distopías, pero en mucha sintonía con el modo difuso que tiene la realidad actual.

A propósito del transmedia, que aparece como muy tributario de modelos mercantilistas y demasiado preocupado por el usufructo que puede dejar el *merchandising*, ¿no exhibe la Universidad un pensamiento débil que ha impedido una conceptualización más rica y profunda acerca de las posibilidades de esta estrategia comunicativa?

Sí. Pienso que la Universidad va muy por detrás porque lo académico exige que todo esté categorizado, etiquetado y frente a discursos más ensayísticos y ricos, todo se complica. Además, ante realidades como estas, uno nunca sabe si tendencias de hace veinte años van a ser una línea del futuro o se van a morir en un par de meses. Nos falta perspectiva y eso explica la falta de definición acerca de estos fenómenos.

En “*Crítica de la seducción mediática*”, Usted hace una disección del conformismo social. Esta textualización fantástica de la que venimos hablando ¿puede servir para quebrar el conformismo o solo está al servicio de su fortalecimiento?

Siempre sirve para las dos cosas. Con los mensajes de masa el modo de recepción suele alcanzar mucha más significación que el propio contenido. “*Juego de tronos*” puede ser una serie que sirva para el conformismo, para que la gente la vea cebada, sin más, o puede servir para hacer una lectura crítica, una reflexión sobre el poder y los mecanismos de dominio. Y, por el contrario, de nada sirve formular un mensaje crítico desde el punto de vista social si luego se va a consumir de manera conformista y acrítica. Creo que debemos poner más energías en los estudios de recepción, que son más complejos que los análisis de contenido, lo semiótico o lo narratológico, porque exigen un trabajo de campo mucho más laborioso e incluso más incierto. A mí me parece bien que se hagan estudios semióticos, pero tenemos que ser conscientes de una gran limitación que aparece cuando no se realizan con el debido rigor. Ese riesgo es la aplicación de la pura subjetividad, que puede llevar a la arbitrariedad, la cual habita en el mismo vecindario. Lo textual no acaba ahí porque el mismo texto en manos de una persona o de otra, en un contexto o en otro cambia radicalmente.

En resumen, tenemos que ir más allá del esquema clásico de la comunicación, que ponía demasiado énfasis en el emisor y en el mensaje. En este momento y sobre todo cuando analizamos tanto a Internet como al transmedia debemos hacer más hincapié en el receptor, que es determinante en el contenido del relato. Y aquello que en broma decía Umberto Eco en los años '70: “*No es que la televisión haga daño al público, sino al revés. El público hace daño a la televisión*”, hoy tiene más vigencia que nunca porque existe una apropiación y un uso muy personales de los contenidos. Las series de televisión están confeccionadas en capítulos de 40 o 50 minutos para ser emitidas en forma semanal. Pues bien, los jóvenes de hoy eso lo han roto y son capaces de verse una temporada completa en un fin de semana. Eso no estaba pensado y, entre otras cosas, puso en crisis el concepto de serialidad.

Creo que esto está muy conectado a los soportes. Lo determinante ahora es la pantalla del ordenador y no el televisor, el que –por otro lado– también está conectado a Internet y funciona casi igual que la computadora.

De modo que si no podemos decir que “el medio es el mensaje”, sí tenemos que reconocer que los medios se han vuelto mucho más determinantes...

Sí, sin dudas. Pero creo que siempre lo han sido. McLuhan hacía formulaciones que parecían una *boutade*, pero no dejaba de tener su intuición seria de que no es lo mismo consumir un mensaje en un medio que en otro. Y si cambias el medio, estás alterando el mensaje. No es lo mismo la pasividad de la televisión que la actividad de Internet. Eso genera distintas actitudes psicológicas que afectan el relato que construyes. La TV te da el relato definido y en Internet lo construyes tú, a veces a partir de fragmentos de distinta procedencia por lo que se configura un popurrí, un mosaico que uno va creando.

En línea con esto, ¿también están en crisis o mutación conceptos como ‘conflicto’, ‘misterio’, ‘dramatismo’?

Lo que permanece son los esquemas de funcionamiento que conservamos grabados en los genes desde la época de Vladimir Propp y que aún funcionan: protagonistas, antagonistas, coadyuvantes, etc. Pero cada relato establece sus reglas y es verdad que hay cambios, muchas veces grandes. Pero esas historias están muy apegadas a la audiencia y las modificaciones se van sucediendo capítulo tras capítulo, conforme va ocurriendo la respuesta del público que potencia algunos personajes o rebaja la significación de otros.

La disfuncional familia de “*Six Feet Under*” (“*Dos metros bajo tierra*”).



Esta metodología de ir ajustando y reajustando cada día, ¿no lastima el concepto de autor?

Totalmente. Pero es que yo creo que ese concepto que hemos manejado en el terreno de la literatura, el cine, la pintura, el arte ya no existe. Puede existir el concepto de ‘diseño de producción’, que es una noción mucho más laxa, que tiene que ver con esquemas pero no con la tarea de escribir la historia. Por ejemplo, en el caso de “A dos metros bajo tierra” el diseñador o *showrunner* determina que lo que se va a contar es la historia de una familia que tiene una funeraria en su casa. En este esquema, el autor es el que diseña el producto en general. A partir de allí vienen los guiones, en los que se pueden trazar diferentes líneas, haciendo hincapié en las tramas amorosas o en los aspectos profesionales; desarrollando más o menos a los distintos personajes. Pero esas decisiones dependen muy manifiestamente de la respuesta de la audiencia.

La televisión estadounidense, sobre todo, viene manejándose de esta forma desde hace varios años. Pero con la inmediatez de nuestro tiempo y el carácter global de las series que se venden muy rápidamente a escala planetaria, todos estos aspectos están más fortalecidos.



El Capitán Garfio, la Reina Malvada y Rumpelstiltskin son algunos de los personajes de la serie “*Once upon a time*”.



Su colega Sánchez Escalonilla plantea el caso de la hibridación entre fantasía y aventura. Tal vez otro ejemplo similar se encuentre en la combinación de elementos maravillosos, sobrenaturales y fantásticos sea la serie “*Once upon a time*” que mezcla todos esos elementos tan presentes en las fábulas dirigidas a los niños. ¿Es esta característica una marca de la época?

En otras generaciones, nosotros nos hemos manejado con esquemas mucho más rígidos, que nos permitían decir: “esta serie es fantástica” o “esta serie es histórica” o “de ciencia ficción”. Hoy, en cambio, hay una gran libertad y el concepto de lo verosímil encuentra mayores facilidades. La razón es que los públicos son mucho más ágiles y con una gran flexibilidad a la hora de empatizar con algunos tipo de relatos. Una vez alcanzado el tono y cuando se consigue que la audiencia responda, hay una disposición extraordinaria para mezclar temas históricos y de otro tipo. Pienso, por ejemplo, en películas como “*El espinazo del diablo*” o “*El laberinto del fauno*” que reúnen elementos fantásticos junto a otros de tipo realista acerca de la Guerra Civil Española. Eso hubiera resultado impensable en otro tiempo, habría generado un rechazo manifiesto del público. Pero ahora ya no pasa,

particularmente entre la audiencia joven que acepta perfectamente combinaciones de estilos y géneros.

Imagen del filme de Guillermo del Toro “*El laberinto del Fauno*” (2006), un eficaz ejemplo de la combinación entre elementos fantásticos y realistas.



¹ Licenciado en Filosofía y Doctor en Ciencias de la Información, el español José Luis Sánchez Noriega es un estudioso de la historia del cine y el audiovisual que ejerce la crítica fílmica en medios gráficos y se desempeña como profesor en la carrera de Historia del Arte de la Universidad Complutense de Madrid. Es autor de varios libros, algunos de los cuales tienen títulos tan provocadores y atractivos como “*La mirada oblicua. Materiales para reflexionar la vida cotidiana*”, “*Crítica de la seducción mediática. Comunicación y cultura de masas en la opulencia informativa*”, “*Industrias de la conciencia y cultura de la satisfacción*”, “*Desde que los Lumière filmaron a los obreros*” u “*Obras maestras del cine negro*”.

² Docente de la Universidad Nacional del Comahue (Argentina). Director del Proyecto de investigación “Abordajes mediales y transmediales de la cuestión fantástica”.

³ 12/08/2015.