

Nuevas narrativas en la comunidad virtual como parte del desarrollo social

Johanna Escobar Torres*
jescobar@ups.edu.ec

Las personas trazan un espacio de acción del presente para proyectar el futuro y es aquí, en donde las nuevas tecnologías son parte activa, de lo que comúnmente se denomina como cosmovisión. No sólo es una red virtual sino que se integran a una red de significados, inicialmente personal, pero que si se le dan alternativas de desarrollo se pueden convertir en grupales, es decir, en parte de la comunidad. Lo relevante es tener vínculos comunes y por ende, realidades compartidas en toda la complejidad del entorno y la diversidad de interpretaciones que se generan alrededor de las narrativas del lenguaje; entendiendo como lenguaje todo lo textual, hipertextual y visual.

Al partir de esta idea, se debe considerar que la comunicación no puede perder la lógica de interacción para convertirse en una especie de monólogo, y aquí el papel del espacio virtual se vuelve relevante porque desde el nacimiento de la web 2.0., que tiene como esencia la colaboración y la integración de información; lo que ha hecho que exista interacción e inmediatez desde lo que se conoce como “la realidad” en el mundo para convertirla en una realidad virtual que es vista como “una metáfora definitiva de la interfaz” según lo que dice Marie-Laure Ryan (2004: 82). En síntesis, hay una nueva generación de sitios web, en los que ya no existe sólo una retroalimentación, sino que se caracterizan por formar comunidades sociales en donde se coopera en la realización

* Universidad Politécnica Salesiana.

de documentos y espacios colaborativos para entretenimiento y con fines educativos en varias ocasiones, dependiendo del uso que como usuarios se le otorgue.

Incluso, el objetivo central en estos nuevos espacios dentro de la red, es que los usuarios evolucionen en los llamados “prosumidores”, es decir, que se olviden de consumir información y tomen la postura de quienes generan contenidos; aprovechando que la comunicación virtual es vista como un proceso de democratización, por medio de la visualización de mensajes digitales y audiovisuales, que ejercen un nuevo modelo para crear dinámicas entre usuarios y quienes manejan líneas narrativas de diversa índole, a partir de la ficción que se retroalimenta de manera mucho más fácil y rápida; aun considerando la relación que existe con cualquier otro medio que está a disposición de la comunicación.

El “mundo virtual” en forma paulatina se transforma en un espacio de mediación, que permite el desarrollo, gracias a las herramientas atractivas que prestan facilidades para crear imágenes o videos; y desde ahí logra un cambio en las relaciones sociales, no necesariamente mejorándolas pero sí ampliándolas hacia un tipo de interacción diverso y a la vez, complejo no por la eliminación de fronteras o por acortar las distancias, más bien porque se despliega la construcción de redes simbólicas en un sistema de simulación, a partir de la transformación de la realidad entre nuevos productores y consumidores de narrativas, los mismos que crean un sentido para reconfigurar la identidad y referentes que son parte de la cotidianidad, básicamente porque se compone una nueva información sobre lo ya existente. Sin embargo, esta manera de reciclar información para realizar contenidos propios, se logran por el uso de espacios como blogs, videologs, fanfictions y/o fanarts que se transfiguran en una parte significativa de la vida de quienes utilizan su tiempo libre para llevar a cabo productos digitales y audiovisuales; tanto textuales y gráficos, que mantienen una estética desde su propias experiencias a través de la ficción o de su propia “realidad”; sitios que existen como un aporte de los “prosumidores”; acompañado de un proceso participativo (Güldenpfennig, 2011) que resulta relevante en el momento de ser un fanático de ciertas temáticas.

Es verdad que muchos de los recursos mencionados son parte del entretenimiento de los usuarios de la web, llegando a ser instrumentos fundamentales en la cultura popular que suplantando medios considerados como tradicionales, con la idea básica que no se puede compartir en forma inmediata ni global y por lo tanto, las personas necesitan estar en contacto simultáneo para mostrar sus fotografías, sus pensamientos, sus vivencias y sus historias; dentro de espacios virtuales, que son ambientes que cumplen algunas finalidades dentro de comunidades de cooperación y diversión entre adolescentes, jóvenes y adultos. En Latinoamérica, están empezando a ser conocidos este tipo de sitios web, puesto que se usan con mayor frecuencia en Norteamérica y Europa. Lo que se debe mencionar en este caso, es por qué no dar un giro y reflexionar, que se pueden utilizar en otros ámbitos que no necesariamente se ligan al entretenimiento, más bien ¿Cómo hacer para ver otras cosas?, o ¿Cómo crear otras narrativas?, relacionadas a la educación y al desarrollo; pero antes de llegar a ese punto, se debe entender qué son estos sitios.

Primero hay que entender que todo nace desde el término *fanÇm*, conocido como un grupo de fanáticos que tienen un interés en común o son aficionados a la ciencia ficción y/o textos fantásticos; lo que realmente se considera como logro en este caso, es como este conjunto de personas adquieren varias destrezas y conocimientos para generar nuevos contenidos y por ello, en esta investigación se toma en cuenta más que nada los espacios utilizados dentro de la web, como parte de una forma de compartir información, sabiendo que existen otras actividades realizadas por los *fandoms* como los *cosplay*, que son un tipo de moda en las que se utilizan disfraces, accesorios y trajes, para representar un sujeto o una idea; creando una subcultura que tienen como eje el juego de roles.

Uno de los principales espacios virtuales, en donde se generan contenidos desde los “prosumidores”, se llaman *fanfictions*, los mismos que son escritos que resaltan ciertos elementos de ficciones narrativas, lo que evidencia que los lectores no sólo son consumidores sino productores de nuevas historias, alternativas de series de televisión, cómics o videojuegos; las mismas que son parte de un entretenimiento en la comunidad virtual; es decir que existen mayores posibilidades de

incluir variedad de recursos y con ello, lograr lectores más activos dentro de un mundo percibido como una red de relaciones (Murray, 1999: 49-50). Es así que los fanfictions son considerados un fenómeno que se despliega en un ambiente de trabajo colectivo por medio de redes electrónicas, en donde es relevante la colaboración para que surjan este tipo de espacios y así lleguen a ser parte de una experimentación literaria, con ayuda de las capacidades de fans que realizan historias largas o cortas con diversos estilos, que van desde lo humorístico, erótico hasta lo dramático (Díaz, 2009).

El autor de estos fanfictions realiza una reordenación y manipulación de una historia ya conocida en diferentes soportes gráficos o audiovisuales para llevar a una nueva producción narrativa, en ese caso se denominan fanarts o videologs respectivamente; aunque se debe aclarar que las narraciones en serie mantiene más interesado al lector porque se le incita a pensar y a reflexionar sobre las posibilidades que se desarrollarán (Murray, 1999: 51); como: ¿Qué se escribirá? ¿Cuál será el final o como irá cambiando la historia? y quienes escriben tratarán de sorprender en lo posible a sus seguidores por medio de una decodificación y codificación de un tipo de realidad, con cada capítulo que se escriba.

Cuando se desarrollan videologs por fandoms, se denominan “viddings” porque tienen la lógica de hacer trabajos de edición de videos en medios de comunicación; diseñando videoclips o eligiendo un personaje de películas o series de televisión para tomar ciertas escenas que se consideren relevantes, y a partir de ese punto incluso, crear nuevas historias o resaltar varias situaciones, en las que se incluye música de fondo, efectos especiales o subtítulos (fansub) en diferentes idiomas. Otro tipo de narrativa son los fanarts, término usado para la creación de “obras de arte”, esencialmente visuales; que se basan en personajes de medios audiovisuales que se presentan en televisión o cine; convirtiéndolos en narrativas dentro de: cómics, mangas, fotografías o cualquier otro tipo de ilustraciones. Por lo tanto, los fanarts son derivados visuales de otros medios que tienen una estrategia estética o un estilo (técnica artística).

Lo importante en este tipo de narrativas es la finalidad con la que se pueden utilizar estos medios o recursos virtuales, puesto que se

está empezando a considerar su uso en el ámbito de la educación, con proyectos escolares para la vinculación de conocimiento y creaciones que profundizan la enseñanza-aprendizaje; determinando el fortalecimiento en la comunicación, la adquisición de competencias digitales y la inclusión de una cultura participativa en estudiantes y profesores, porque se pondrá como prioridad la creatividad y la innovación. Marie-Laure Ryan (2004: 4) explica a lo virtual como un recurso que activa un “resorte de imaginación popular” y que se conoce como ciberespacio volviéndose en un lugar imaginario y que ha llegado a ser parte de nuestra cotidianidad. La visita continua de varios espacios que hacen parte de la vida de cada usuario e incluso parte de su realidad, más allá de la virtualidad porque se van generando relaciones de cualquier índole con otras personas, con quienes se comparten instantes de ocio, de aprendizaje, incluso momentos personales; en la que se puede manejar una realidad alternativa o narrativas ficcionales, pero generalmente es algo que no tiene mayor preocupación mientras en el ciberespacio se puedan mantener dichas relaciones de retroalimentación y de producción.

Estas herramientas virtuales son adaptaciones de historias para enganchar a los fanáticos que navegan en la red, por lo tanto se van cambiando escenas o adecuando la vida de los personajes, tomando en cuenta los intereses de los seguidores (lectores), se aceptan sus sugerencias para desarrollar el texto dentro de un espacio virtual en un sitio web; pueden ser considerados novelas escritas o adaptadas de manera audiovisual; que se publican en varios capítulos, en ocasiones en forma diaria, semanal o mensual, todo dependerá del tiempo disponible que tenga el autor o autora, evidenciando que son trabajos no remunerados. Los medios virtuales permiten ser parte de canales más accesibles de participación y con la oportunidad de recodificar narrativas mediáticas, puesto que los espectadores de ficciones dejan de ser consumidores pasivos para llegar a ser co-autores y productores de nuevas historias con versiones alternativas de cualquier otro medio, como diría Murray (2004) el ordenador es un invento revolucionario que la humanidad está utilizando como un instrumento para contar historias, y que en la actualidad está siendo manipulado por los fanáticos o cualquier usuario desde blogs, videologs, fanarts o los mismos fanfictions para visibilizar

situaciones, personajes y así mismo, ante el resto del mundo y como realiza a Papert se están creando micromundos narrativos.

Las narrativas virtuales se ligan a los hábitos de consumo, por lo cual se ha convertido en una forma de comunicación bastante efectiva, en quienes comparten los mismos intereses, por la manera en cómo se generan nuevos contenidos, que se pueden compartir en forma gratuita y se cambia el sentido del uso de sitios web e incluso de las redes sociales, porque no se comparte sólo imágenes o ciertas vivencias, más bien lo que se busca es desarrollar un interés en otros usuarios para obtener innovaciones en la creación de nuevos productos, a partir de sus propios deseos. El enfoque es usar la ficción para hacer más ficción “que tiene el mismo aspecto del mundo real”, que de alguna manera se cae en una fantasía universal dentro de una “holocubierta” que se define como las simulaciones que se elaboran en un espacio virtual; entendiendo que son recursos que proveen una variedad de narraciones, con la ayuda de soportes tecnológicos conjuntamente con personajes que resulten conocidos (Murray, 1999). Existen personajes que se proyectan como modelos a seguir, ¿Por qué no plantearlos desde personajes de renombre?, y no sólo de quienes están de “moda” o con una imagen posicionada.

Desde la postura de Bourdieu y Canclini se sabría que la realidad social se concibe desde múltiples factores, que se interrelacionan porque la misma es compleja y más aún cuando está en debate la globalización de la cultura y sus cambios conjuntamente con la transformación de las miradas que vinculan elementos simbólicos en la dinámica de la sociedad, que para Michel de Certeau (1996) es primordial verla desde el poder, para entender cómo se configura dicha dinámica y cómo se constituye la cultura a través de relaciones “invisibles” que se forjan entre fanáticos y usuarios comunes de plataformas virtuales. En este caso no se desarrolla una desmitificación porque se rompe con ideas básicas de la comunicación y aporta a la crítica de tipos de comunicación lineal, a los sistemas y la simulación porque no se puede creer que existe una comunicación real, porque se depende de medios masivos y de máquinas, obviando las sensaciones que ayudan a interpretar y a través de la mediación de los símbolos y en los cuales los fandoms aportan.

En un espacio virtual, también se puede tomar en cuenta el tema del cuerpo y de las sensaciones, que son parte de las teorías de las nuevas sensibilidades de la comunicación. Por lo cual, no se debe ver como que lo primordial está en el uso de las máquinas o en mensajes virtuales, sino que cada uno entiende al mundo de forma diferente e incluso el reconocerse en el “otro” permite conocer el entorno, para interpretar cada signo que nos hace distintos, pero que desde el punto de vista de la diversidad, se logra una interacción para generar significados. Las nuevas tecnologías de la información tiene el poder de conectar audiencias desde una dimensión emocional y racional para enfatizar la construcción de intercambio, dentro de una era de redes de diversos conglomerados según lo que diría Castells; es así que hay que entender que todo dependerá del uso que se otorgue a las nuevas tecnologías y por ello, es tarea de los estudiantes universitarios latinoamericanos determinar los beneficios y ser creativos en el aporte que pueden ejecutar con medios virtuales que tienen a disposición y que están ganando terreno en países desarrollados.

En referencia de Roberto Igarza (2009: 11-12) se da relevancia a las nuevas formas de consumo cultural en la que existen nuevos “lenguajes, géneros y formatos” en donde se ha transformado la visibilidad de ciertas comunidades virtuales y que de alguna manera han logrado un tipo de representación, además que se ha desarrollado una creatividad humana en los que se consideran tiempo ociosos. De alguna manera se han ido adaptando a la realidad del consumismo en la red; incrementando usuarios para productos de entretenimiento en “nuevos medios” y “dispositivos móviles”, los mismos que se han ido adecuando a un tiempo que no necesariamente es productivo económicamente sino que tiene la idea esencial de colaboración e intercambio de conocimiento o de mensajes de forma instantánea. En la actualidad, el utilizar recursos como Youtube, Facebook, Twitter y demás, se ha vuelto generalizado e incluso han servido como un tipo de distribución de productos, en donde se manejan intersticios temporales, aprovechando que no es necesario sólo ver estos medios en un computador, más bien existe un uso bastante acelerado de sistemas inteligentes como el celular. En el ámbito de la generación de contenidos hay que ver más allá de trabajar imaginarios, considerando que se parte de todo

lo simbólico que cada grupo tiene. Hay que saber que cada sitio web tiene un mundo cultural y en donde se observa un “misceláneo”, en el que se incluyen cada vez nuevos seguidores ante una narración de estética e ideológica, con mayor difusión puesto que se tiene a disposición estos medios masivos de colaboración (Sarlo, 2000: 33 -47).

Habría que considerar también, que “la interpretación de lo virtual como falsificación tiene obvias afinidades con el concepto de ficción. La inautenticidad es un rasgo que caracteriza no solamente a las personas irreales de los mundos de referencia creados por la ficción, sino también, al estatus lógico del discurso de ficción en sí mismo” (Ryan, 2004: 22), entendiendo que esta ficción es parte de una simulación de la realidad que cada usuario percibe como tal, con la vinculación de cada personaje y cada narrativa audiovisual, utilizando datos históricos y noticias actuales para ir creando productos de “mundos propios”; con la idea básica de cooperar con otros sin esperar ser un experto en la literatura o un productor de cine, lo único importante es formar parte de un grupo que comparte intereses comunes. Estas historias mencionadas desde el monitor de un computador son vistas como una obra de arte sobre un medio narrativo que se fundamentan en sensaciones que construyen una realidad virtual (Murray, 1999).

Lo notorio en estos ambientes es ver una comunidad de fanáticos que socializan mediada por recursos tecnológicos, entendiendo los roles que va adquiriendo cada usuario, según el momento en el cual participan dentro del espacio virtual, un lugar en dónde los fanáticos tienen una identidad y se exponen a numerosas perspectivas culturales con personas de diverso origen, pero que finalmente tiene la idea central de colaboración para una creación integral de todos los productos digitales o audiovisuales.

Meg Barker (2002) en su artículo refiere que anteriormente a las nuevas tecnologías, este tipo de historias eran publicadas en fanzines, pero cuando aparece el internet se encuentra una herramienta de fácil publicación, es así que se pueden desarrollar miles de relatos, novelas, fotografías, gráficos y videos. Además, explica que el incentivo para llegar a ser “prosumidores” es porque a los autores de estos espacios les gustaba tener una sensación de poder, en la manera como van relatando historias.

“Más que antes, los consumidores de medios de comunicación de masas y los lectores se involucraron en la elaboración y reelaboración de contenidos multimedia que satisfagan sus propias demandas” (Lee, 2011: 2-3) como fabricando sus propios contenidos siempre que no estén satisfechos con lo que ofrecen los otros medios como la televisión, aunque en la actualidad, se hable más bien de transmedia.

Hablar de transmedia es discutir sobre temas de narración multiplataforma, que utilizan diferentes soportes, estén o no en línea (offline y online), pero tiene la finalidad de que cada medio cuente una parte de la historia y que a la vez, sea complementaria de otra, permitiendo una co-creación de contenidos para transformar relatos y de alguna, “las aplicaciones narrativas actuales explotan en exceso las posibilidades de digresión del hipertexto y las características lúdicas de simulación” (Murray, 1999: 104) creando un lugar ficticio y entregando una “realidad” diferente que integran expresiones culturales y que son compartidas y aprendidas por los demás usuarios para tener un lenguaje común y así, integrar los intereses de los co-productores, por una narrativa que es el reflejo de experiencias de representación con el propósito de proyectar sentimientos e ideales, es decir, que los sueños se pueden volver en algo relativamente real. “Las narrativas por ordenador muestran ya la misma tendencia a insistir en los límites, a celebrar el encantamiento y probar la resistencia de la ilusión” (Murray, 1999: 117) sobre fragmentos que se consideran ser los faltantes desde las perspectivas de los usuario, que llegan a una construcción imaginativa de nuevas historias que hacen creer a los demás una “realidad alternativa” y en la cual, todos comparten una idea añorada.

Así debería funcionar la cosmovisión en los estudiantes y la proyección hacia un desarrollo comunitario, puesto que los medios virtuales suelen ser gratuitos y tienen un amplio espectro dentro de la comunicación; se puede hacer radio, televisión, blogs informativos o de entretenimiento, portales de gran interés y otros soportes más que mostrarán lo realmente importante, y eso es “no olvidar que cualquier sistema narrativo abstracto se refiere en el fondo a las alegrías y penas de la vida humana, y que la narración de cualquier evento depende mucho de quién cuenta la historia” (Murray, 1999: 211) en estos espacios virtuales se busca que los productos enganchen con la reconstruc-

ción de medios y contenidos, con un juicio estético en cada elemento narrativo; logrando un vínculo entre quienes hacen parte de una comunidad virtual, para que así se puedan interrelacionarse. Lo apreciable es el argumento y por ende, debe existir libertad en el momento de generar contenidos, en ocasiones resulta que entre más impredecible, será más atractivo; sin embargo en proyectos universitarios siempre se seguirá un proceso y un esquema que haga parte de la institución. Cabe recalcar que la creatividad en cada producto permitirá visualizar un mundo fantástico desde la representación para desarrollar nuevas narrativas, dentro de espacios educativos y comunitarios, con la finalidad de ser un aporte activo sobre mundos imaginarios y sobre el mundo real. Todo dependerá que nuevas formas de gestión de la información se quieran hacer visibles en cada uno de los espacios virtuales, es decir, los medios están disponibles para su utilización; por lo tanto, sólo habrá que decidir, la meta.

Bibliografía

- Barker, Meg (2002). Slashing the slayer: a thematic analysis of homo-erotic Buffy fan fiction. En: *Blood, Text and Fears* (pp. 1-8). Norwich: University of East Anglia.
- De Certeau, Michel (1996) *La invención de lo cotidiano*. México: Editorial Iberoamericana.
- Díaz, Jenny (2009). *Formas emergentes de la literatura: El fanfiction desde los estudios literarios*. Bogotá: Pontificia Universidad Javeriana.
- Güldenpfennig, Peter (2011). *Fandom, fan fiction and the creative mind*. The Netherlands: Tilburg University, Faculty of Humanities Department of Communication and Information Sciences Tilburg Center for Cognition and Communication (TiCC) Tilburg.
- Lee, Angela (2011). Time Travelling with fanfic writers: Understanding fan culture through repeated online interviews. *Participations, Journal of Audience & Reception Studies*, 8(1), 2-3.
- Murray, Janeth H. (1999). *Hamlet en la holocubierta, el futuro de la narrativa en el ciberespacio*. Barcelona, Buenos Aires, México: Ediciones Paidós Ibérica S.A.

- Ryan, Marie-Laure (2004). *La narración como realidad virtual. La inmersión y la interactividad en la literatura y en los medios electrónicos*. Barcelona, Buenos Aires, México: Ediciones Paidós Ibérica S.A.
- Igarza, Roberto (2009). *Burbujas de ocio: Nuevas formas de consumo cultural*. Argentina: La Crujía Ediciones.
- Sarlo, Beatriz (2000). *El imperio de los sentimientos*. Buenos Aires: Grupo Editorial Norma.

