

El documental transmedia y la actualización de la experiencia histórica

El caso del Proyecto 7/40

Clementina Mazzini

Universidad Nacional de La Plata – Universidad Nacional de Rosario

Licenciada en Relaciones Públicas (UCALP) y Especialista en Comunicación Digital (UNLP). Candidata a Magister en Comunicación Digital Interactiva por la Universidad Nacional de Rosario.

Correo electrónico: clementina.mazzini@gmail.com

Resumen

El *Proyecto 7/40* es un documental transmedia realizado por la Universidad Nacional de Córdoba con motivo de la conmemoración de los 40 años del golpe cívico-militar de 1976. El objetivo fue recrear en tiempo real los siete días previos al inicio de la última dictadura militar, contando diferentes aristas de la historia por parte de sus protagonistas, a través de una web principal y plataformas como Facebook, Twitter y YouTube.

En el siguiente trabajo, nos proponemos analizar cómo el documental transmedia puede colaborar para que quienes no vivieron en carne propia estos oscuros años de la historia argentina puedan obtener una experiencia inmersiva y enriquecedora, que facilite la comprensión del clima de época y las sensaciones de los protagonistas.

Palabras clave: documental transmedia, narrativas transmedia, educación.

Abstract

Project 7/40 is a transmedia documentary made by the National University of Córdoba, on the occasion of the commemoration of the 40th anniversary of the 1976 civic-military coup. The objective was to recreate in real time the seven days prior to the start of the last military dictatorship, telling different sides of the story by its protagonists, through a main website and platforms such as Facebook, Twitter and YouTube.

In the following work, we propose to analyze how the transmedia documentary can collaborate so that those who did not live these dark years of Argentine history firsthand, can obtain an immersive and

enriching experience, which facilitates the understanding of the climate of the time and the sensations of the protagonists.

Key words: *transmedia documentary, transmedia narratives, education.*

1. Introducción

Una de las dificultades que se presentan a la hora de analizar hechos históricos es la de poder centrarse en las lógicas de pensamiento y en el contexto social, político y económico del momento. Este problema se vuelve mayor cuando quienes deben aprehender la temática no son contemporáneos al hecho, sino que se encuentran separados por varios años de la época que ha de investigarse. Las narrativas transmedia y, en particular, el documental transmedia emergen como recursos que enriquecen el aprendizaje, los cuales posibilitan el traslado a la actualidad de situaciones pasadas. La diversidad de puntos de vista que pueden reflejarse a partir de la multiplicidad de plataformas y lenguajes favorecen la comprensión y el impacto de la historia, sobre todo si quienes la cuentan fueron actores protagonistas del momento analizado (Ruiz Moreno, 2014).

Henry Jenkins define las narrativas transmedia como «historias contadas a través de múltiples medios. [...] En la actualidad, las historias más significativas tienden a fluir a través de múltiples plataformas mediáticas» (Scolari, 2013). Sin embargo, esta definición no basta para identificar a una narrativa transmedia. Además de un mundo narrativo compuesto por lenguajes que atraviesan varias plataformas, y en donde cada medio hace lo que mejor sabe hacer, es necesario que la audiencia forme parte del desarrollo de la historia a través de la participación activa o incluso creando parte del contenido (Scolari, 2013). Es decir, el público no solo debe participar apreciando la obra, sino que debe constituirse como agente expensor de la narrativa.

En este punto, es importante realizar una diferenciación de la concepción de narrativas transmedia, con otros conceptos relacionados como *multimedia* o *crossmedia*. Alvaro Liuzzi (2015) sostiene que hablamos de *multimedia* cuando la historia se narra a través de distintos soportes mediante integración o yuxtaposición, pero se mantiene dentro de los límites de un sitio web. Sería el caso, por ejemplo, de un portal de noticias, en el que encontramos texto, video o imágenes que aportan valor para el desarrollo de un acontecimiento. En el *crossmedia*, una misma historia se cuenta en diferentes plataformas, pero solo es posible comprenderla si se consumen en su totalidad. Es el caso de algunas campañas publicitarias en las que, por ejemplo, se invita a continuar el relato que inicia en televisión en un canal de YouTube. En lo que respecta a las narrativas transmedia, el relato no solo cruza plataformas, sino que además se extiende (Liuzzi, 2015).

En este sentido, algunos autores realizan una distinción en la participación de las audiencias en las narrativas transmedia de ficción con respecto a las de no ficción y, en particular, en el documental transmedia. Francisco Albarello (2020) sostiene que, en el

último caso, el objetivo principal es lograr que la audiencia se sienta interpelada con la temática del documental y que aprovechen las posibilidades de la web y las redes sociales para expresarse al respecto. Este tipo de narrativas resulta muy útil para ser utilizadas en la educación formal en escuelas y universidades, y también para la educación informal. En términos de Gifreu Castells (2011), la educación informal consiste en el conjunto de conocimientos, habilidades y modos de discernimiento que las personas adquieren a partir de sus experiencias diarias y de la relación con la sociedad. En este cúmulo de prácticas, se podrían incluir aquellos saberes que se incorporan a partir del interés personal, a través de libros, películas, informes, artículos, pódcast, documentales, entre otros, y que no forman parte de las exigencias de programas académicos.

Dentro de este marco, analizaremos el caso de un documental transmedia que trata de recuperar una parte importante de la historia argentina de forma tal que los usuarios puedan experimentar las sensaciones y sentimientos de quienes lo vivieron en el tiempo original.

El *Proyecto 7/40* es una experiencia transmedia presentada en el 2016 por la Universidad Nacional de Córdoba, en el marco de la conmemoración de los 40 años del golpe cívico-militar argentino. El objetivo fue reconstruir en tiempo real los siete días previos al 24 de marzo de 1976, recuperando las publicaciones de los principales medios gráficos de la provincia, contraponiéndolos con las vivencias de dos personajes de ficción creados para la ocasión, Delia y Héctor, además de testimonios de las experiencias de docentes de la casa de estudios, y reflexiones de periodistas y referentes sociales.

El sitio web www.740.eci.unc.edu.ar aloja las diferentes historias que conforman este universo narrativo. De fácil navegación, la página posee una estética sencilla, con el logo del proyecto situado en la parte superior de color negro con manchas rojas, haciendo referencia a la violencia generada por el gobierno militar. En el inicio, puede verse además un *slide* en el que aparecen los postulados que resumen el proyecto: «1976 – 2016 una búsqueda en la historia reciente en nuestro país y siete días en tiempo real: el golpe de Estado cívico-militar desde la piel de la época». Además, en esta misma página, se accede a vistas previas de las entradas de cada una de las secciones y a los perfiles de Twitter de los personajes de ficción creados para el proyecto, que detallaremos más adelante.

Desde el menú principal, se accede a las diferentes secciones: «Agenda», «El proyecto», «7 días», «40 años», «Los personajes», «Documentos» y «Marcha 40 años».

El Proyecto se subdivide en «A 40 años del Golpe» y «Transmedia en la FCC». En el primer apartado, se describen algunas de las condiciones nacionales e internacionales que desencadenaron el golpe y la posterior instauración de la dictadura militar. Además, se exponen las dificultades que tienen las generaciones que no vivieron esos años, para advertir las sensaciones que vivieron quienes presenciaron los hechos, a pesar de acceder a los datos mediante materiales educativos, películas o libros históricos. El documental, entonces, se presenta como una forma diferente de experimentar el clima de la época. En el segundo apartado, se introduce el proyecto como una iniciativa transmedia del Centro de Producción e Innovación en Comunicación (CePIC), la Secretaría de Comunicación

y Medios, la Secretaría de Asuntos Estudiantiles (SAE), el grupo de Investigación en Transmedia y el Centro de Estudiantes, y se menciona a los creadores y participantes del proyecto.

En la sección «7 días», se despliega un menú para que el usuario pueda acceder a cada día en particular, y a una última categoría llamada «Continuará». Dentro de cada día, se encuentran accesos directos para los apartados «Protagonistas», «Medios», «Reflexiones» y «La Historia de Delia y Héctor», correspondientes a cada fecha.

Dentro del apartado «40 años», se ubican las secciones «Protagonistas», «Medios» y «Reflexiones». En el ítem «Protagonistas», se presentan testimonios audiovisuales, alojados en la plataforma YouTube, de docentes de la universidad, que relatan en primera persona sus experiencias en los días previos al golpe. En esa misma plataforma, se alojan las principales noticias que se publicaron desde el 18 hasta el 24 de marzo de 1976 en los diarios *La Voz del Interior*, *La Capital* y *Los principios*, reflejadas en la sección «Medios».

Además, el sitio recoge los pensamientos de referentes sociales y periodistas en formato de columnas dentro de la sección «Reflexiones». Aquí se repasan diferentes temas que se relacionan con la última dictadura militar, como el Mundial 78, la herencia de la brutalidad policial, los derechos humanos y la alianza de los genocidas con grupos económicos.

En contraposición al discurso hegemónico ostentado por estos medios, se crearon las cuentas de Twitter y Facebook de los personajes de Delia y Héctor, dos jóvenes estudiantes socialmente comprometidos que narran sus vivencias, sentimientos y reacciones durante los turbulentos días que precedieron al golpe. Los tweets reflejan momentos cotidianos como partidos de fútbol, clases o actividades en los barrios, que se intercalan con opiniones y anuncios de los hechos que acontecen en el ámbito político del país. Además de texto, se utilizan otros recursos, como video, audios y fotos. En Facebook, el personaje de Héctor escribe diferentes textos y crónicas sobre los principales sucesos políticos que se viven durante esos días. Se puede acceder a ambos perfiles desde la sección «Los personajes», en la que también se presenta brevemente a Delia y Héctor.

En «Marcha 40 años», se anunciaba la cobertura en vivo por parte de un grupo de corresponsales de la marcha realizada en 2016 para recordar el golpe de Estado, y se invitaba a participar a la audiencia en Twitter con las siguientes etiquetas: #yomarchoel24, #proyecto740, @FCCUNC.

Al momento de la realización de este trabajo, las secciones «Agenda» y «Documentos» no se encuentran en funcionamiento.

Con respecto a la participación de la audiencia, en la pantalla de inicio del sitio web, encontramos el botón «Participar». Al hacer clic, el usuario es dirigido a un breve texto que explica la naturaleza del proyecto, y lo invita a participar a través de la interacción con las cuentas en Twitter y Facebook de Delia y Héctor, prometiendo que los comentarios serán respondidos por los personajes. Además, se fomenta la publicación en las redes de testimonios en vivo de aquellos que fueran a participar de la movilización por los 40 años del golpe.

Analizando los perfiles de los personajes mencionados en Twitter, se observa que el perfil de Delia realizó 64 tweets, de los cuales el que más «me gusta» registró fue una publicación con una frase de Eva Perón y la imagen del libro *La razón de mi vida*. Asimismo, cuenta con 386 seguidores y, si bien no registra demasiados comentarios, en varios de los casos en que los usuarios interactúan con el personaje, ella les responde. También pueden verse intercambios con Héctor, con quien inicia una relación romántica durante los días previos al golpe. Este personaje, por su parte, posee 473 seguidores y 204 tweets, una cantidad bastante mayor que Delia. Sin embargo, tampoco cuenta con demasiados comentarios, aunque sí suele responder a muchos de ellos. El tweet con más interacciones de Héctor es una publicación sobre la salida al cine con Delia para ver el estreno de la película *El Padrino*, que registró 29 «me gusta». En su página de Facebook, además, cuenta con 511 seguidores, y su publicación más exitosa en términos estadísticos es un texto sobre la intervención de la Universidad Nacional de Córdoba, acompañada por un video de YouTube con la canción *Me gustan los estudiantes* de Ángel Parra.

2. El documental transmedia y la experiencia histórica

El *Proyecto 7/40* podría enmarcarse en lo que algunos autores denominan *historytelling* (Ardini, Caminos, Colantti, Gual, Secco, Puechagut, Servent y otros, 2018; Irigaray y Lovato, 2014). Estas experiencias denominadas «Transmedia Historytelling» por Alvaro Liuzzi, uno de los pioneros de la creación de documentales transmedia en la Argentina (Irigaray y Lovato, 2014), tienen como objetivo recrear hechos del pasado en tiempo real, por medio de universos narrativos desarrollados en varias plataformas y con participación activa del usuario. En el caso que analizamos, el objetivo es traer al presente los hechos acontecidos en los siete días previos al golpe militar de 1976 en la Argentina, como se ha desarrollado previamente. De ahí que el público principal al cual se dirige, tal y como describe el sitio web del documental, sea el de personas nacidas en democracia que puedan, a través de testimonios de protagonistas y de los personajes de ficción de Delia y Héctor, lograr una experiencia inmersiva y contada en primera persona, que complementa, por ejemplo, los libros de texto que explican la coyuntura política de la época.

Según se indica en Ardini *et al.* (2018), una de las características del *historytelling* es la integración de elementos físicos o territoriales en la historia, que acompañan a las plataformas digitales. En el caso de *Proyecto 7/40*, si bien no se desarrolló una narrativa específica para el territorio, se invitaba a la audiencia a reportar sus participaciones en la movilización y marcha por los 40 años del golpe, lo que podría considerarse una propuesta de intervención del público desde lo que se conoce como periodismo ciudadano¹.

El documental transmedia, por su parte, ostenta una serie de características que lo diferencian del documental tradicional:

¹ Refiere a la cobertura de hechos de ciudadanos no especializados en el periodismo, que reportan sucesos desde el lugar de los hechos (Gillmor, 2004).

La historia se monta a través de varias capas de información puestas en diálogo. Los productores proponen a los usuarios una serie de recorridos posibles, aunque son los usuarios quienes, finalmente, eligen, seleccionan, recorren, exploran, y acaban otorgando sentido al relato. (Irigaray y Lovato, 2014)

En el caso de estudio seleccionado para el presente trabajo, se puede observar como estas capas de información se organizan en distintas plataformas que se transforman en puertas de entrada al relato. Es decir, el usuario puede comenzar sumergiéndose en la historia de Delia y Héctor, que personifican a dos jóvenes que se enamoran en medio de un contexto político y social violento, y que resisten mediante la militancia y expresiones artísticas a un poder que pretende silenciarlos. Sin embargo, también la audiencia puede decidir ingresar a la historia escuchando en primera persona los relatos de docentes de la Universidad Nacional de Córdoba, quienes recuerdan sus experiencias durante el año 1976, para luego continuar profundizando el universo narrativo con los textos de referentes sociales y académicos que tematizan distintas aristas de los años de dictadura.

De esta manera, se cumple el requisito de circularidad en el relato del documental transmedia, a diferencia de la linealidad a la que acostumbra el documental tradicional: el autor propone distintos caminos, pero es el usuario quien elige el orden en el que consume la historia y se nutre de la participación del público (Ardini *et al.*, 2018). Quien crea el documental ya no es dueño absoluto del discurso; por el contrario, adquiere un rol asistencial guiando al usuario para que avance en la historia según su parecer.

Existe además una cuota de entretenimiento en la toma de decisiones que se ofrece al público. Cuanto más se acerca un documental transmedia al juego a través de distintas propuestas de navegación y estructuración de contenidos, mayor será la sensación de inmersión en la historia por parte del usuario (Gifreu Castells, 2011).

Por otra parte, y comparando el *Proyecto 7/40* con otros documentales transmedia que relatan hechos del pasado en tiempo presente, podríamos pensar que la participación del público es escasa. Si bien las cuentas de Twitter poseen seguidores y generaron algunos comentarios —como ya fue descrito—, no fueron demasiados, y la cantidad de tweets generados con el *hashtag* #Proyecto740, no superó los cincuenta. La creación de contenido se limitó a las interacciones en redes sociales y a la participación en la marcha por los 40 años del golpe.

Como proyectos similares podemos citar a *Proyecto Walsh* (2011) y *Malvinas 30* (2012), engendrados por Alvaro Liuzzi. En el primer caso, según su autor, se buscó romper con el consumo asincrónico del documental tradicional, creando una cuenta de Twitter para el propio Walsh, quien lo utilizaría para transmitir los descubrimientos realizados en la investigación para su libro *Operación Masacre* (1957)². La pregunta que dispara el desarrollo del documental es: ¿Qué hubiese sucedido si, para el desarrollo de la investigación, Walsh hubiera contado con las herramientas digitales de las que hoy

² Operación Masacre es un libro escrito por el periodista Rodolfo Walsh en 1957, considerado la primera novela de no ficción periodística.

disponen los periodistas? (Irigaray & Lovato, 2014). El documental además de Twitter utilizó otros recursos para extender el relato, como infografías, videos, mapas e imágenes. A pesar de que han pasado 10 años desde su lanzamiento, el perfil de Rodolfo Walsh posee hoy más de 2700 seguidores. Sin embargo, los retweets y comentarios son escasos.

Malvinas 30, por otra parte, fue realizado a raíz del aniversario número treinta del inicio de la Guerra de Malvinas. El universo narrativo se extendió a través de Twitter, Facebook, YouTube y un sitio web que reunía a todas las plataformas. En este caso, una particularidad fue que el usuario @soldadoM30, creado para personificar las vivencias de un joven soldado enviado a luchar a las islas, comenzó a interactuar con otra cuenta, @dosdeabril, quien resultó ser un excombatiente que espontáneamente empezó a utilizar el documental para narrar sus propias vivencias durante la guerra. En este caso, ninguna de las dos cuentas de Twitter realizadas para el proyecto supera los 1200 seguidores.

A pesar de que estos documentales son considerados dos de los emblemas del género, y que aun hoy siguen siendo objeto de estudio, la repercusión que generaron no se refleja en la cantidad de seguidores e interacciones que poseen en Twitter. Asimismo, en el caso de *Proyecto 7/40*, no se deben considerar solamente la cantidad de reacciones que se produjeron en sus redes sociales para evaluar el impacto y la utilidad del proyecto. Retomando las palabras de Francisco Albarello (2020), en contraposición a las experiencias transmedia de ficción, los documentales transmedia buscan lograr que el público reflexione acerca de la temática en cuestión, o, como es el caso del *transmedia historytelling*, que pueda lograr una experiencia vívida a partir de recrear en la actualidad determinados hechos históricos.

3. A modo de conclusión

Retomando los conceptos expuestos al comienzo del trabajo y luego del análisis, podemos concluir que *Proyecto 7/40* cumple con el objetivo de que el público reflexione de forma diferente sobre un tema muchas veces tratado desde instituciones educativas, culturales y políticas de nuestro país. La principal fortaleza que ostenta el proyecto como documental de *transmedia historytelling* es la posibilidad de acceder a este fragmento de la historia a través de distintas aristas, lo cual permite al usuario elegir el punto de vista que le resulte más atractivo para ingresar a la narrativa. La construcción del hecho histórico a partir de distintos puntos de vista expuestos por los protagonistas y medios de la época generan en el público una mejor comprensión de los sentimientos y pareceres de los actores sociales que fueron parte del suceso.

Además, el soporte digital ofrece la ventaja de que el documental interactivo o transmedia no se considere nunca una obra terminada, sino que siempre exista la posibilidad de actualizar la información, expandir la historia con nuevas narrativas o recibir aportes de los públicos para continuar profundizando y reelaborando el relato.

Las nuevas formas de consumo de contenidos que pueden pensarse solitarias, mediadas por pantallas individuales, se colectivizan rápidamente en el momento en que el usuario decide expresar sus opiniones sobre los productos culturales en foros o redes sociales, o

compartir textos y videos de creación propia desprendidos de la historia original. En una sociedad signada por la noción de compartir y de la cultura colaborativa, tiene sentido que el documental transmedia se convierta en una herramienta fundamental para el desarrollo de materiales que complementen otros soportes utilizados tradicionalmente en la educación primaria, secundaria y universitaria. Sin embargo, la estética y la invitación a vivir una experiencia lúdica e inmersiva posibilitan que quienes desean informarse de manera alternativa sobre hechos específicos dentro de la llamada educación informal se interesen en consumir este tipo de documentales.

Para enriquecer futuros proyectos que también busquen traer a la actualidad determinados eventos de la historia como lo hace *Proyecto 7/40*, sería interesante añadir una mayor participación del público, fomentando la puesta en común de experiencias y la creación de contenido que complemente la narrativa principal.

Referencias

- Albarello, F (2020). *Narrativas transmedia de no ficción: periodismo transmedia, documentales transmedia y newsgaming* Buenos Aires: Universidad Austral.
- Ardini, C.; Caminos, A.; Colantti, M.; Gual, S.; Secco, N.; Puechagut, P.; Servent, P. y otros (2018). *Contar (las) historias. Manual para experiencias transmedia sociales*. Córdoba, Argentina. Recuperado de: <https://rdu.unc.edu.ar/bitstream/handle/11086/12811/Contar%20las%20historias.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Gifreu Castells, A. (2011). El nuevo discurso de la no ficción interactiva y su aplicación para los dispositivos móviles. El caso del documental multimedia interactivo. *Revista GEMInIS* 2(1), 232-250. Recuperado de: <https://www.revistageminis.ufscar.br/index.php/geminis/article/view/50>
- Gillmor, D. (2004). *We the Media: Grassroots Journalism by the People for the People*. Sebastopol: O'Reilly Media. Disponible en: http://dl.e-book-free.com/2013/07/we_the_media.pdf
- Irigaray, F. y Lovato, A. (Eds.) (2014). *Hacia una comunicación transmedia*. Rosario: UNR Editora. Universidad Nacional de Rosario. Recuperado de: https://www.academia.edu/9191947/Hacia_una_comunicaci%C3%B3n_transmedia_2014_
- Liuzzi, A. (2015). El Documental Interactivo en la Era Transmedia: De Géneros Híbridos y Nuevos Códigos Narrativos. *Obra digital* (8), 103–136. Recuperado de: <https://raco.cat/index.php/ObraDigital/article/view/301178>
- Ruiz Moreno, S. (2014). Las características de las narrativas transmedia naturalmente apropiadas a las necesidades comunicativas de las comunidades. En Irigaray, F. & Lovato, A. (Eds.). *Hacia una comunicación transmedia*, 99–104. UNR Editora.
- Scolari, C. (2013). *Narrativas transmedia. Cuando todos los medios cuentan*. Barcelona: Deust.