

¿Por qué todo el mundo está enganchado a The Chosen?

Publicado: Miércoles, 11 Agosto 2021 08:55

Escrito por Juan Luis Vázquez Díaz-Mayordomo



La serie sobre los elegidos por Jesús alcanza su segunda temporada gracias a la financiación de cristianos de todo el mundo

El comienzo de la Pascua ha sido el momento elegido para el estreno de la segunda temporada de la norteamericana *The Chosen*, una propuesta audiovisual revolucionaria para acercar el Evangelio al mundo de hoy.

Más de 100 millones de personas en todo el mundo han visto ya los capítulos de esta serie que cuenta los avatares de la vida de Pedro, de María Magdalena, de Nicodemo, de un grupo de niños alrededor de Jesús... en definitiva, de los elegidos. «Tenemos que hacer algo», pensó en el año 2017 el director y guionista evangélico Dallas Jenkins. Para entonces, «yo ya había visto todas las películas que se habían hecho sobre Jesús, y vi que un elemento común era la falta de profundidad de los personajes. Quería hacer algo diferente, de un modo diferente».

Por eso, pensó que con el formato de una serie sería capaz de ir más allá e indagar en las motivaciones e inquietudes de todos aquellos que se acercaron al Señor en algún momento de sus vidas: «Varias temporadas nos permitirían explorar la vida de estas personas y que sus encuentros con Jesús fueran aún más impactantes», asegura el director.

De este modo, la historia se centra no tanto en Jesús, sino en el impacto que causa en las personas que están a su alrededor. De hecho, en los primeros episodios de la serie apenas se le ve, porque «si la audiencia pudiera ver a Jesús a través de los ojos de quienes realmente lo conocieron, entonces ellos también podrían verse afectados de la misma manera».

¿Por qué todo el mundo está enganchado a The Chosen?

Publicado: Miércoles, 11 Agosto 2021 08:55
Escrito por Juan Luis Vázquez Díaz-Mayordomo

Jenkins, que en los inicios de su carrera trabajó para Warner Bros. o Amazon, entre otros gigantes del mundo audiovisual, también tenía claro que «un proyecto de esta envergadura no debía entrar en el funcionamiento normal de las producciones de Hollywood. Lo teníamos que hacer nosotros».

Así, a finales de 2017 contactó con una productora de valores cristianos, VidAngel, y lanzó un episodio piloto de apenas 18 minutos para probar el potencial interés del público. El resultado fue que esa historia la vieron más de 20 millones de personas. El interés ya estaba asegurado; solo hacía falta conseguir el dinero.

«No se trata de números»

El método elegido para conseguir la financiación fue el crowdfunding, una campaña masiva de captación de fondos particulares en la que han colaborado hasta la fecha casi 20.000 personas, con 20 millones de dólares recaudados. Gracias a ello se han podido grabar los capítulos de la primera temporada y financiar los de la segunda, actualmente en emisión. La tercera temporada ya se encuentra en el 10 % de su financiación, y el objetivo es llegar a siete temporadas.

Este modo de cubrir los gastos de producción y rodaje, aparte de hacer de The Chosen el mayor proyecto audiovisual de crowdfunding a nivel mundial, es novedoso además porque no se basa en el pay per view, sino en el paga después, ya que la serie es gratis. De este modo, «el que la vea puede contribuir a generar ingresos que hagan posible la grabación de más capítulos», aseguran desde la productora.

The Chosen se ha convertido en un fenómeno mundial en el mundo cristiano, con millones de fieles de todas las denominaciones atrapados en los avatares de sus personajes. «Pero nuestro trabajo no es alimentar a 5.000 personas», asegura Dallas Jenkins, aludiendo al pasaje evangélico, «nuestro trabajo es solo llevar los panes y los peces. El resto, lo está haciendo el Señor. No se trata de números, se trata de Él».

Juan Luis Vázquez Díaz-Mayordomo, en alfayomega.es/