

El estallido de sus vínculos con la ficción

POR GUILLERMO OROZCO GÓMEZ

En este ensayo se analiza la transformación múltiple del vínculo mediático de las audiencias. Se destacan algunos de los cambios más drásticos e inéditos que la ficción contemporánea, televisual y cinematográfica está realizando en sus propias estructuras narrativas, en la misma concepción de sus audiencias y su vínculo con ellas. Las estrategias desafiantes de esta ficción interpelan cada vez más de una manera transmedial a las audiencias televisivas.

Si algo revolucionó la manera de informarse, de divertirse y de saber sobre los otros y sobre el mundo, eso ha sido la televisión. Una televisión que para muchos está llegando a su fin, que incluso algunos han dado por muerta[1], pero que se resiste y se reinventa darwinianamente para seguir fluyendo como el medio de comunicación que inauguró la época audiovisual que hemos experimentado, a partir de su inserción social alrededor de los años cincuenta del siglo pasado y la denominación de 'audiencias' como identidad distintiva de los sujetos sociales de esa época.

La televisión y lo televisivo que casi siempre hemos visto

La televisión no ha sido solamente un medio de comunicación más que se instaló dentro de los hogares para traer noticias y diversión a través de informativos y productos audiovisuales de otros medios como películas, teatro, circo, danza, cuentos, dramas o conciertos. Desde su origen, además de ser ese dispositivo convergente de otros muchos, trajo consigo lo inmediato, esa cualidad que, a diferencia del cine, le permite situar a sus espectadores, a su audiencia toda, frente a los acontecimientos en el mismo momento en que estos suceden, convirtiendo así a los televidentes en 'testigos' del acontecer cotidiano en cualquier lugar. Una cualidad que conlleva una especie de ubicuidad por la cual ha sido posible para los ciudadanos del mundo moderno y posmoderno ver y escuchar en directo, y de esta manera apreciar a través de su visionado el devenir global cercano y remoto.

No obstante, aunque se pueda cuestionar ese ser testigos de los acontecimientos debido a que

aquellos que se privilegian en la pantalla televisiva obedecen a 'quién sabe qué criterios de selección' o que algunos se sobredimensionan, mientras que otros se minimizan o simplemente se excluyen, es un tema permanente de análisis crítico.

La televisión sitúa a sus audiencias de una manera particular frente a todo ello. Casi siempre sin darles la oportunidad de apreciar otras opciones/visiones de los acontecimientos o ángulos posibles de visionado, justamente porque lo televisivo tiende a ser contundente y excluyente de otras mediaciones: lo que se ve, se ve con los propios ojos y eso deja pocas dudas o ninguna de su ocurrencia. De ahí los diversos grados de autoritarismo y sumisión presentes en distintas programaciones televisivas tradicionales y en sus audiencias, respectivamente. Temas inquietantes que quedan en el centro de la discusión para una 'nueva' televisión y un nuevo vínculo con sus audiencias[2].

Al mismo tiempo, el potencial videotecnológico propio de la televisión, tanto como el potencial particular de cualquier otro medio, influye y contribuye a definir frente a qué y de qué son testigo las audiencias, cuándo y desde dónde lo son. Algo que ya se sabe, aunque no siempre se observe o se cuestione. Pero la televisión no solo posee la posibilidad de la inmediatez, del directo y de diversos enmarcamientos[3]. También tiene otra gran cualidad, que es precisamente lo televisivo (en contraste con lo radiofónico o lo cinematográfico) que, como afirma Carlón (2013), «nos cambió el modo de concebir y experimentar lo real», al hacer que de lo real, lo percibido fuera su representación y no lo representado, lo cual ha tenido y tiene fuertes consecuencias cognoscitivas más allá de los ángulos de visión y de las perspectivas empleadas.

Representaciones de la realidad

Lo televisivo entonces incide en la percepción misma de lo real, dado que no es lo real lo que muestra la pantalla sino, necesariamente, una representación. No es la realidad la que pasa por la lente de la cámara, sino la cámara la que pasa sobre la realidad y al hacerlo necesariamente enfoca, enmarca, acota, distingue, enfatiza o desenfatisa, acerca o aleja, etc. (Orozco, 1996). Primero por necesidad técnica y luego por conveniencias o ideologías, ya que estas representaciones podrán ser distintas según la mano/mente de los camarógrafos de los editores de las videograbaciones, de los empresarios de la televisión, de los anunciantes que las financian o de los gobernantes que las vigilan o patrocinan, por mencionar solo algunos de una lista mayor de quienes pueden intervenir directamente en la oferta de pantalla.

Una de las consecuencias principales de lo anterior es que a efectos de entender lo televisivo y sus audiencias, el debate no radica solo -ni primero- en lo ideológico de las diversas representaciones ofertadas en la pantalla de televisión, sino en el representacionalismo mismo. Lo esencial es que lo televisivo posiciona a las audiencias ante la falacia de situarse frente a los acontecimientos mismos, cuando solamente las está ubicando frente a su representación. Y esta es entonces 'la televisión que siempre vemos'.

Lo televisivo entonces se compone de la inmediatez y del directo, que lo constituyen en primera instancia y que conjuntamente conforman lo que sería la mediacidad de la televisión; esto es, su dimensión propia y distintiva como medio, de donde procede su particular potencial de

influencia. La mediacidad televisiva es poderosa por el alto grado de fidelidad y verosimilitud en la 'reproducción' de realidades que le da precisamente lo televisivo (Orozco, 2001).

De ahí ese 'gran poder' de la televisión frente a sus audiencias, tantas veces temido pero tan pocas entendido (Jacks y Orozco, 2014). Y de ahí también la razón por la cual la televisión, en tanto dispositivo clásico de lo televisivo, seguirá siendo importante, hasta que se modifique radicalmente su vínculo con las audiencias y con otras pantallas y se modifique la capacidad humana de reconocer, pero sobre todo de interactuar, con lo representado. Algo que suena casi extraterrestre, pero que empieza a hacerse realidad en esas 'inmersiones', no visiones, en el mundo digital de las que hablan Aparici y Silva (2012) o en esa producción creciente de historias transmediales o ficciones de fans (*fan fictions*) bautizadas por Jenkins (2008), por las cuales las audiencias se instauran también como productoras y no solo como receptoras en relación con lo televisivo en diversas pantallas.

Televisión y cine: distintas mediacidades unidas en la ficción

La televisión 'que no hemos visto' en la mayoría de los ensayos académicos e incluso en investigaciones empíricas, sobre todo desarrolladas con perspectivas culturalistas, es precisamente esa que asumiría su mediacidad como una de sus principales mediaciones hacia sus audiencias y que completaría la propuesta de Martín-Barbero (1998) en la que solo se mencionan la tecnicidad, la socialidad, la ritualidad y la institucionalidad.

La mediacidad no es lo mismo que la tecnicidad, aunque la involucra. Es justamente la manera particular de involucrarla lo que la distingue de otros medios y otras mediacidades, como la cinematográfica.

La mediacidad televisiva no se nutre de la singularidad de la mirada de su productor -como sería el caso de lo cinematográfico-, sino de la universalidad propia del lenguaje de la imagen, que enfatizara Stuart Hall (1980), por la que se facilita que las imágenes se 'anclen' en el sentido común y puedan ser comprendidas por todos, lo que permite a esas imágenes, entre otras cosas, mostrar contenidos sin que se perciban sus encuadres (*framings*). La imagen en sí parece denotar lo que transmite al 'borrar' frente a sus audiencias las huellas de su propia fabricación, donde estarían las particulares connotaciones. Frente a los ojos de las audiencias, lo que se ve en la televisión aparece como lo que está sucediendo. Pero -hay que enfatizar- lo que muestra la televisión y cualquier pantalla audiovisual, analógica o digital, no es ni podría ser una simple reproducción de una realidad, sino que siempre es una producción, que puede ser muy similar a la original, pero que implica necesariamente una construcción del objeto representado.

El cine, a diferencia de la televisión, es un medio que si bien tiene una audiovisualidad que a primera vista podría juzgarse semejante a la televisiva -de ahí que popularmente, pero de manera muy equivocada, se hable de la pantalla grande y la pantalla chica-, solo lo es en su parte sonora, no en su parte visual. En el cine la imagen proviene de la fotografía en movimiento, que a su vez involucra un proceso químico en su producción y manual en su confección, mientras que la visualidad de la televisión no lleva química, sino física y electrónica. La imagen de la televisión no proviene de la fotografía en movimiento sino que, como ya

sabemos, brota y rebota de la reflexión de rayos luminosos en un recipiente catódico en el que se reconstruye la realidad de referencia.

Esta diferencia es clave para entender ambos medios, el cine y la televisión, sus mediaticidades y sus contrastes y afinidades, sus convergencias y divergencias, así como sus respectivas presencias frente a la mirada de las audiencias. La diferencia sustancial entre cine y televisión emerge entonces con la mediaticidad de cada medio, en tanto que lo cinematográfico no se centra en 'borrar' las huellas de su producción sino, por el contrario, en mostrarlas, en hacerlas evidentes a los ojos del espectador. ¡Ese es el chiste! El director o el guionista de una película quiere justamente dejar huella de su estilo, de su estética, y -como dijera Benet (2014)- alarga el paseo de la cámara frente al objeto que capta, hace evidente así el acercamiento o el distanciamiento del objeto, su ángulo de perspectiva o un simple cambio de un plano en una toma y trata de dirigir y mantener la mirada del espectador en cierta dirección y a cierto ritmo. Trata en síntesis de hacer sentir a su audiencia su mano/mente creadora en el producto ofertado y visionado.

Lo cinematográfico se define entonces por su potencial de construcción audiovisual, que es sobre todo un potencial de documentación. Y documentar no es reflejar o pretender hacerlo; es construir un objeto -audiovisual en este caso- sobre un objeto real, que lo contiene pero que no lo agota. Y que desde esa pretensión se le ofrece a la audiencia, provocando que esta lo evoque, no que lo vea o lo consuma, por lo que la audiencia también lo construye activamente, o por lo menos tiene la posibilidad de hacerlo.

Lo televisivo más allá de lo real, estallido múltiple de la ficción en cine y televisión

Estallidos en plural, porque la televisión, tanto como el cine o cualquier otro medio de comunicación, son siempre 'muchas cosas a la vez': medios, por supuesto, pero también instituciones, industrias culturales, tecnologías, lenguajes, discursos, estéticas, propuestas de sentido, grandes negocios... y más. Por eso es difícil pensar que alguna vez van a morir; habría que matar cada una de estas dimensiones o presencias.

Una de las primeras y más contundentes manifestaciones del estallido de lo televisivo o lo cinematográfico se ha estado dando precisamente en su representacionalismo, manifiesto especialmente en la ficción. Ficción que se va erigiendo como un formato clave para apreciar la evolución de las mediaticidades y sus narrativas y que sirve de catalizador de sus vínculos con la audiencia y sus transformaciones: la ficción se 'funde' en las pantallas y se ofrece ya sea como 'televisión cinematográfica' o como 'cine televisivo' desde donde emergen nuevos objetos, convertidos en motivos o prototipos para narrativas transversales con nuevas interpelaciones para sus audiencias (Smith, 2014).

La ficción, ya se sabe, es un recuento de algo que no es real, pero que podría serlo. La ficción tiene grandes posibilidades de percibirse creíble por las audiencias, pero también tiene límites para ser creíble, límites que tienen que ver con el grado en que lo contado sea mostrado y percibido como posible.

Por ejemplo, la película *Gravity*[4] está construida para ofrecer una historia que parece real,

cuando ni siquiera su premiado director Alejandro Cuarón puede afirmar que esté basada en algo posible. Lo diferente entre esta película y otras ficciones cinematográficas o televisivas como *2001, Odisea del espacio* o *La guerra de las galaxias*, que van en la misma tesitura, es justo que han abandonado una credibilidad basada en los hechos y en la lógica de su posibilidad para construir otra credibilidad, pero inspirada en la imaginación a partir de una doble vertiente: en aquello que debió ser y en aquello que podría haber sido. Y esta distinción ha hecho entonces estallar el relato, primero hacia lo que se ha llamado ciencia ficción (Piscitelli, 2010) y luego hacia lo que propongo llamar 'ficción más allá de la ciencia', cuya definición posible podría ser una ficción basada en principios científicos de ocurrencia probable, por tanto probabilísticamente posibles y confiables -en el sentido en que Meyrowitz (2005) rescata el criticado determinismo tecnológico en las propuestas de McLuhan-, que tienen alto grado de ser reales pero nunca lo han sido y quién sabe si alguna vez lo serán.

Lo anterior significa que este estallido del origen de la credibilidad en la ficción es justo con su criterio de verosimilitud -o sea, nada menos que con ese elemento que hasta ahora la ha definido y que a su vez incide en sus probabilidades de tener ocurrencia, al transitar de los principios clásicos de verosimilitud, basados en última instancia en el sentido común, a los de la imaginación- donde la clave es la capacidad de invención creíble y probable del relato, no de su ocurrencia posible.

No obstante la creatividad invertida en la ficción comentada hasta ahora, producto de innovaciones en los cánones clásicos de la narratividad televisiva y cinematográfica, la 'nueva ficción' resultante se concentró inicialmente en la producción ficcional misma, no en su vínculo con las audiencias, ya que su *leit motiv* no fue la interlocución con ellas, sino con elementos propios de este género mediático, a través de los cuales se ha intentado llevar la narrativa a sus límites, con casos como los señalados, exitosos a nivel global. Es indudable que toda esta nueva producción ficcional debió incidir en modificaciones en la 'mirada' de las audiencias, ampliándola, pero aún no transformándola.

El 'recuento' de los cuentos, un estallido narrativo múltiple

Otro tipo de estallido de la ficción mediática está precisamente en las maneras de contar o narrar (Scolari, 2013). No es solo el desde dónde se conforma el cuento para que resulte creíble, digerible o disfrutable, llamativo, sino también el cómo se cuenta y cómo se logra con él enganchar a la audiencia de otra manera (Obitel, 2013). Y esto ha empezado con las nuevas series televisivas en las que se van aprovechando otros rasgos y situaciones que comúnmente no se utilizaban para conformar el carácter de un personaje y sus movimientos o la trama de la historia misma. Por ejemplo, en la serie *Dr. House*, donde el eje no es la profesión de médico de su protagonista, aunque así lo pareciera a primera vista, sino el 'genio' del mismo y su 'transgresión' a esa profesión y sus dogmas, en relación directa con su capacidad para diagnosticar adecuadamente al paciente. El potencial narrativo en esta serie hace explotar el relato de una historia lineal, en la medida en que sobre la historia lógica o la historia posible y previsible del desarrollo de la enfermedad del paciente, las decisiones que se van tomando médicamente no son aquellas esperables por ser conocidas como las correctas y adecuadas para casos similares (las cuales no dan buenos resultados en la historia contada), sino aquellas que brotan de la genialidad singular del Dr. House, quien de manera espontánea, no esperable

ni predecible por la audiencia, logra producir una solución, que la audiencia acepta, ve como posible y 'real' y aplaude. Reacción que seguramente contribuye a su identificación con el personaje-modelo Dr. House. Esto hace evidente que el vínculo que esta serie logra es directamente con la credibilidad de la audiencia, aun incluyendo el elemento sorpresivo, no con su lógica ni con su sentido común, ni con sus conocimientos o experiencias anteriores sobre el tema específico en cuestión, si acaso los tuvieran.

Fusión de historias

Otras explosiones narrativas se encuentran en la fusión de una historia en otras o en la multiplicación de historias relacionadas por distintos motivos a una historia central, como sería el caso de la serie *Lost*, una ficción que Piscitelli (2010, p. 12) considera que «[...] tiene consecuencias profundas (en un tiempo de supuesta levedad cognitiva y emocional) en nuestra capacidad interpretativa, en nuestro reconocimiento de la causalidad mutua, en la que algunos efectos crean sus propias causas, convirtiendo así a *Lost* en un test proyectivo epistemológico de consecuencias epocales».

En esta serie, la narrativa se va fundiendo con múltiples historias (pasadas, presentes y por venir) relacionadas fuerte o ligeramente con la central, cada una abordando distintas dimensiones a las tradicionalmente dramáticas de una ficción. Como enfatizan Piscitelli, Scolari y Maguregui (2010, p. 14), «esta serie es una de las experiencias más impresionantes del *transmedia storytelling* de la primera década del siglo XXI».

En *Lost*, ni los actores ni el público conocían todo el curso del cuento, por lo que la serie convocó a una interacción mental/visual inesperada, que en buena parte respondía al deseo de las audiencias por saber qué pasaría luego y qué después. Esta misma incertidumbre a lo largo de la serie permitió la intervención de *spoilers* (destripadores de la trama), que en redes sociales y en medios convencionales daban a conocer adelantos de lo que venía en la narrativa o de lo que iba a pasar con los personajes; información que conseguían mediante no se sabe qué medios, alianzas o artilugios.

La incertidumbre en *Lost*, la no certeza de saber lo que vendrá y cómo acabará el cuento que se va contando en cada episodio, fue la característica permanente desde donde se engancharon las audiencias (Scolari, 2010). La trama en sí resultó altamente incomprensible al decir de Piscitelli (2012), porque no tuvo un objetivo claro, lo cual curiosamente no alejó a las audiencias, sino que, por el contrario, motivó a que la siguieran viendo y a completar lo que requerían para hacer la trama inteligible para sí mismas. Hubo un permanente desafío a la audiencia y a su credibilidad en esta ficción. Pero un desafío muy gratificante, como anota Paul Gee (2003) en relación a los videojuegos, en la medida en que la narrativa conllevaba una gran propuesta motivadora para seguirla, justamente basada en la superación del desafío por parte de una audiencia que de esta manera siguió con asiduidad sus episodios.

Asimismo, en esta historia incomprensible, pero seguida con pasión y asiduidad por sus audiencias, lo que se acabó logrando es lo que Piscitelli mismo (2012) menciona como 'pacto de lectura' -que habría que decir 'pacto de televidencia' (Orozco 1996)-, entendiendo por tal el acuerdo implícito que las audiencias realizan para vincularse con lo televisivo. Así, las

audiencias de la serie aceptaron el desafío y trascendieron la credibilidad de la historia en aras de la excitación y motivación que la incertidumbre de la misma debió proporcionarles.

En *Lost*, los personajes son seres humanos que se habían embarcado hacia un destino pero resultaron náufragos logrando arribar a una isla; y esta particular situación de 'perdidos', junto con la isla convertida casi en otro personaje, conforman el contexto de donde abrevan muchas de sus conductas y aspiraciones.

La inversión del objeto en la ficción

Los personajes de otras series de éxito global como *Mad Men* o *Los Soprano* han sido definidos de una manera distinta a los de *Lost*. Podría decirse que son sujetos 'fuera de lo común', pero no en el sentido de los clásicos héroes/antihéroes, sino en tanto que, sin abandonar su humanidad, responden a otra escala de valores y de aspiraciones y se conducen con otras lógicas para el intercambio social. Por ejemplo, el jugar sucio o incluso el asesinato son acciones que se presentan naturalizadas en la trama, sin carga moral o religiosa (Orozco y Franco, 2012); algo insólito para un producto de ficción que irrumpe en el escenario justamente generando una diferencia, más que en el cuento mismo, en quienes lo viven.

En la serie *Dexter*, el personaje central es un policía de Miami que trabaja identificando asesinados, pero cuya verdadera pasión es descuartizar a los asesinos, por lo que sin reconocerse sicópata, busca vengar el asesinato de su madre en su infancia, resultando que su actuación en la serie va siempre en sentidos contrarios simultáneamente y eso es lo que logra 'intrigar' a las audiencias (Morelli, 2013).

Mad Men son eso mismo, por eso son extraños a la audiencia y quizá justamente por eso esta quiere seguirlos y disfrutar su locura (*madness*), ya que una vez 'aceptado' que su juego es otro y abandonado el conato de enjuiciarlos moralmente, lo atractivo resulta ver su manera de jugar en la trama. Por supuesto que esta es novedosa; no puede anticiparse y solo se entiende y gratifica en la medida en que la audiencia se meta en la misma lógica, lo cual es nuevamente un desafío al ingenio, a la inteligencia y a la imaginación, pero también a la voluntad de las audiencias, cuyo enganche acaba siendo más que con un drama, con una 'farsa'.

La violencia extrema y lo que ella conlleva (tortura, crueldad, sadismo, muerte e impunidad de los personajes al desplegar sus roles) en la percepción de las audiencias deben pasar a algún plano 'distinto' donde dejan de ser obstáculo para su disfrute de la ficción. Por otra parte, como afirma el filósofo Johnson (2005), lo que involucra la violencia en la trama se vuelve condición para seguir viendo y 'aspirar a pasar al siguiente nivel de dificultad', como en los videojuegos para adolescentes, donde estos como videojugadores tienen que matar y torturar para no ser eliminados y seguir jugando.

La nueva ficción abandona los parámetros clásicos

Es aquí donde se inicia una tendencia inédita en la ficción mediática, al volverse la violencia u otros atributos de la trama un sostén imprescindible de la misma, lo cual significa invertir el objeto en una ficción, ya que el atributo -lo violento, lo genial, lo inesperado, etc.- deja de ser

adjetivo para volverse sustantivo.

En estas series televisivas se hace evidente que la nueva ficción abandona los parámetros televisivos y cinematográficos clásicos para ofrecer historias liberadas de criterios tradicionales mediáticos o narrativos/literarios de los géneros que aborda y de otros criterios de lógica, moralidad y patrones de comportamiento humano. Y lo hace sin perder verosimilitud ni credibilidad.

Es desde esta dimensión, como se puede entender el éxito en pantalla de ficciones que giran alrededor del narcotráfico o del crimen organizado. Ficciones que en ciertas geografías mediáticas como las latinoamericanas han alcanzado altos niveles de visionado, quizá debido también a la 'mediación contextual' de los altos niveles de violencia, impunidad y corrupción reales reinante en esas latitudes (Obitel, 2013). Algunas de estas ficciones hasta se han colocado entre los *top ten* nacionales, como es el caso de Colombia con las telenovelas *Escobar, el patrón del mal* encabezando la lista de los más vistos con un *rating* del 15 por ciento y *El Capo 2* en tercer lugar, con un *rating* del 12 por ciento (Bustamante y Aranguren, 2013)[5].

En este tipo de series se ha hecho una mutación por la cual el criterio para la producción de ficción televisiva o cinematográfica ya no es más el sentido común, en el que lo bueno siempre es buscado y lo malo siempre perseguido y condenado de alguna manera y en donde a los malos y villanos se les tiene que castigar al final de la serie, telenovela o película, como ha sido lo típico en las telenovelas mexicanas (Orozco, 2011), donde la villana se accidenta, la matan o se vuelve loca y la buena, en el último capítulo, alcanza el reconocimiento y la felicidad después de 'vivir sufriendo' durante toda la trama.

En las nuevas ficciones, la bondad y la maldad, su búsqueda o su condena, ya no son criterios principales para apelar a la complicidad de las audiencias, ya que la violencia y otras dimensiones o atributos no deseables son ese 'no lugar' desde donde se les convoca a ser vistas y desde donde las audiencias se vinculan.

Estallido de la ficción y de la televidencia

Abandonados los criterios tradicionales para construir la ficción mediática, lo que se está observando junto con la evolución de las nuevas producciones -tanto televisivas como cinematográficas- es el 'resurgimiento' de las audiencias. Resurgimiento no en el *rating* -este sigue-, sino en su asunción desde la trama misma.

Desde las pantallas, las ficciones 'están contando' con la audiencia. La necesitan como cómplice, como aliada, más que nunca, porque de otra manera las audiencias huirían ante la incertidumbre en una historia o ante el abandono del sentido común en otra, o cuando al rompecabezas narrativo le faltan piezas que la audiencia requiere encontrar y colocar para acabar de dar sentido a la misma. Esto supone que la ficción actual, y cada vez más la del futuro, está asumiendo una audiencia no solo activa sino también pensante, interesada, inteligente, capaz de tomar ese nuevo perfil y rol que se espera y requiere de ella.

Y aquí entonces han cambiado dos cosas: la manera en que la ficción y sus productores conciben y asumen a las audiencias y el modo en que las audiencias se están reasumiendo ellas mismas frente a la ficción como los sujetos activos y hasta hiperactivos que alguna vez fueron frente a las funciones que se le pusieron enfrente. Todo esto potenciado por el escenario tecnológico digital contemporáneo, que facilita no solo una interacción visible entre audiencias y pantallas, sino también una interactividad creciente entre las mismas audiencias y entre estas y los discursos/productos audiovisuales de cualquier tipo, pero especialmente ficcionales.

Hay que recordar que las audiencias no han sido siempre como las hemos conocido frente a lo televisivo tradicional. Según el recuento de Butsch en su singular libro *The Making of American Audiences* (2000), las audiencias tuvieron una involución (pasaron de ser activas a ser contemplativas), lo que facilitó su tan criticada pasividad frente a los medios masivos, principalmente frente a la televisión. Esto significó dejar de ser públicos activos y reaccionarios, demandantes incluso, capaces de hacer modificar los libretos a sus autores y las puestas en escena a sus directores o de debatir en la prensa escrita o producir la suya propia para convertirse en receptores/espectadores de las pantallas.

Este fue un proceso que quizá no empezó con la televisión sino con el cine, si eso se interpreta de lo que comenta Monsiváis (2000) en uno de sus análisis sobre el vínculo de la sociedad moderna con la pantalla cinematográfica. Según Monsiváis, las audiencias se fueron deslumbrando con la magnificencia visual que el cinematógrafo les ofreció, por lo que sumergidas en cómodas butacas en las salas de cine, primero, admirando en *close up* los bellos ojos o piernas de las estrellas de Hollywood, como Greta Garbo y Marlene Dietrich, respectivamente, no se sintieron convocadas nada más que a exclamaciones y suspiros ante la belleza que les mostraba la pantalla, quedando impactadas y desmotivadas para otra cosa. Posteriormente los suspiros trascenderían el espectáculo cinematográfico, para surgir también del televisivo en la propia casa, resultando lo que acabó por situar a las audiencias en un cómodo y pasivo rol que ha durado un siglo, a lo largo del cual la evasión de la realidad a partir de lo visionado en las pantallas fue una de las principales gratificaciones buscadas por las audiencias y que, según Miller (2012), seguirá siendo siempre una opción.

Multiplicidad de pantallas, un vínculo mediático múltiple

Si con los grandes medios de comunicación en el escenario analógico las audiencias fueron malacostumbrándose a no participar y se decantaron por jugar roles de recepción y escucha, de meros espectadores, con lo digital la audiencia ya no tiene excusa para no asumir roles participativos e interactivos en sus intercambios comunicacionales.

La gran diferencia entre las pantallas del cine o la televisión y las actuales es que para las audiencias estas ya no son simples pantallas a través de las cuales mirar lo que otros transmiten, sino que son dispositivos personales en los cuales se puede trabajar y colocar las propias producciones y distribuirlas; y a través de los cuales se puede interactuar de hecho con lo que otros transmiten, lo cual es un cambio sumamente importante, que erosiona lo televisivo y su gran poder. Lo que se ha inaugurado con la proliferación de las pantallas y la transmediación creciente de la ficción es una multividencia que rompe con la tradicional

televidencia, siempre referida al televisor, en tanto que el vínculo con lo televisivo ya no es exclusivamente a través de la televisión como medio/fuente principal: el vínculo mediático múltiple de las audiencias se despliega con y a través de diversas pantallas y dispositivos, por los que transitan. Sitios todos donde las audiencias encuentran vídeos y películas y cualquier otro tipo de materiales audiovisuales, pero también textos escritos, música, grabaciones, etc., y por supuesto las producciones de los fans.

En lo transmedial cabe todo, desde reformulaciones a un contenido en cualquier otro formato o lenguaje, hasta nuevos contenidos relacionados. De hecho, una parte de las ficciones de fans son 'ficciones de ficciones', realizadas, distribuidas y disfrutadas a través de sistemas de significación, lenguajes y empaquetamiento mediático variados (Scolari, 2013). Como sugiere Franco (2014), estamos frente a un escenario en el que las narrativas transmedia son una manera de hilvanar relatos, pensamientos e imaginaciones y poderlos compartir y retroalimentar permanentemente.

Conclusiones

La gran mutación que se está realizando en el ámbito de la comunicación, los medios y sus audiencias se da, a fin de cuentas, en la concepción misma de las audiencias y de lo que se espera de ellas por parte de los productores de las nuevas ficciones, lo cual conduce a una transformación de su modo de interpelarlas. Antes o después o de manera dialéctica, las audiencias a su vez retoman nuevos roles o modos de estar frente a lo televisivo y lo cinematográfico, lo cual en parte también es impulsado y facilitado por el avance tecnológico y la creciente estancia de las audiencias en escenarios digitales, donde son demandadas para reaccionar activamente.

Para las audiencias el gran desafío es asumirse plenamente como interlocutoras de la ficción. Nunca se ha tenido como ahora la posibilidad técnica de producir ficción propia y distribuirla y de acceder a las ficciones de otros de manera horizontal. Una de las características más interesantes de la ficción que está en juego hoy en día es la de ser un producto liberado de los protocolos clásicos de lo ficcional, lo cual seguramente liberará también la propia creatividad o capacidad inventiva de sus nobles productores.

El desafío contemporáneo para los productores de ficción sigue siendo enganchar a la audiencia por la trama misma y sus posibilidades de extensión y transmediación. Esto conlleva vínculos más ocasionales que esenciales, pero finalmente efectivos y gratificantes para mantener a las audiencias involucradas.

Una nueva época ha empezado para la ficción mediática, pero sobre todo para sus audiencias.

Bibliografía

Aparici, R. y Silva, M. (2012). Pedagogía de la interactividad. *Comunicar*, No. 38, 51-58.

Benet, V. J. (2014). Mutaciones del cine: la historia cultural y las imágenes supervivientes.

Conferencia de clausura del Foro Internacional: cine y cultura de las pantallas. México. Festival Internacional de Cine de Guadalajara.

Bustamante, B. y Aranguren, A. (2013). Colombia, violencia, entretenimiento y espectáculo audiovisual. En G. Orozco e I. Vassallo (Coords.), *OBITEL, Anuario 2013*, pp. 205-234. Sulina, Brasil: Globo-Universidade.

Butsch, R. (2000). *The making of American Audiences. From Stage to Television 1750-1990*. Boston: Cambridge University Press.

Carlón, M. (2012). Una reflexión sobre los debates anglosajón y latinoamericano sobre el fin de la TV. En G. Orozco (Coord.), *TVmorfosis, La televisión abierta hacia la sociedad de redes*. México: Tintable; U. de G.

Franco, H. D. (2014). Todo lo que usted siempre quiso saber sobre narrativa transmedia y nunca se atrevió a preguntar. *Comunicación y Sociedad*, No. 21, 305-309.

Gee, J. P. (2003). *What video games have to teach us about learning and literacy*. New York: Palgrave MacMillan.

Jacks, N. y Orozco, G. [en prensa]. *Análisis de la recepción en América. Latina. Un recuento histórico con perspectivas a futuro*. Brasil: ALAIC.

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

Johnson, S. (2005). *Everything bad is good for you*. Nueva York: Riverhead Books.

Hall, S. (1980). *Culture, Media Language*. Birmingham: Universidad de Birmingham.

Martín-Barbero, J. (1998). Pistas para entrever medios y mediaciones. Prefacio a la quinta edición. En J. Martín-Barbero, *De los medios a las mediaciones*. Colombia: Convenio Andrés Bello.

— (2012). Yo no fui a buscar los efectos sino los reconocimientos. Prólogo-entrevista. En Bonilla et al., *De las audiencias contemplativas a los productores conectados*. Colombia: Universidad Javeriana.

Meyrowitz, J. (2008). Power, pleasure, patterns: Intersecting narratives of media influence. *Journal of Communication*, No. 58, 629-640.

Miller, T. (2012). El ahora y el futuro de la televisión. En G. Orozco (Coord.), *TVmorfosis, La televisión abierta hacia la sociedad de redes*. México: Tintable; U. de G.

Monsivais, C. (2000). *Aires de familia. Cultura y sociedad en América latina*. Barcelona: Anagrama.

Morelli, M. R. (2013). Análisis de la serie Dexter. Una aproximación a su relato en la cultura de la convergencia. *La trama de la comunicación*, No. 17, 151-161.

OBITEL (2012). *Transnacionalización de la ficción televisiva en los países iberoamericanos*. Brasil: Globo.

– (2013). *México: El poder de la TV en la mira. La ficción televisiva entre elecciones presidenciales y la activación de las audiencias*. Brasil: Globo.

Orozco, G. (1996). *Televisión y audiencias. Un enfoque cualitativo*. Madrid: Ediciones de la Torre; UIA.

– (2001). *Televisión, audiencias y educación*. Buenos Aires: Norma.

– (2011). Entre espectáculo, mercado y política: La telenovela mexicana en más de cinco décadas. En A. Cueva et al., *Telenovelas en México, nuestras íntimas extrañas*, pp. 219-249. México: IBOPE; AGB.

– (2012). *TVmorfosis. La televisión abierta hacia la sociedad de redes*. México: Tintable; U. de G.

– y Franco, D. (2012). *Telenovelas con causa política*. Zócalo, No. 151, 22-24.

– et al. (2012). México: La investigación de la recepción y sus audiencias: hallazgos recientes y perspectivas. En N. Jacks (Coord.), *Estado del arte de los estudios de recepción de audiencias en América Latina*, pp. 227-266. Quito: CIESPAL.

Piscitelli, A. (2010). Lost. Un viaje al centro de la complejidad y la indeterminación, que no está en ninguna parte. En A. Piscitelli, C. Scolari y C. Maguregui (Comps.), *Lostología*, pp. 17-32. Buenos Aires: Cinema.

– Scolari, C. y Maguregui, C. (Comps.) (2010). *Lostología*. Buenos Aires: Cinema.

Scolari, C. (2010). Narrativa transmediática, estrategias cross-media e hipertelevisión. En A. Piscitelli, C. Scolari y C. Maguregui (Comps.), *Lostología*, pp. 69-99. Buenos Aires: Cinema.

– (2013). *Narrativas transmedia. Cuando todos los medios cuentan*. Barcelona: Deusto.

– (2013, 20 de febrero). Entrevista a Mario Carlón [en línea]. DGTL, *Digitalismo.com* Disponible en: <http://www.digitalismo.com/entrevista-a-mario-carlon/> [Consulta: 2013, 10 de abril].

Smith, P. J. (2014). *Mexican Screen Fiction. Between cinema and television*. Cambridge: Polity Press.

Verón, E. (2010). El fin de la historia de un mueble. En M. Carlon y C. Scolari, *El fin de los medios masivos, el comienzo de un debate*, pp. 20-32. Buenos Aires: La Crujía.

Notas

[1] El común denominador en los motivos para que la televisión deje de existir ha tenido la miopía de decretar su muerte o buscarla a partir de una sola de sus muchas dimensiones, concentrándose en el avance tecnológico, que se presume la haría obsoleta. Para conocer el debate sobre el fin de la televisión, véase Carlón (2012).

[2] Eliseo Verón (2010) prefirió el término 'contrato televisivo' para designar la manera en que una sociedad se engancha con la televisión. Yo uso aquí 'vínculo', que tiene mucha similitud, pero que resulta más flexible y permite hablar de varios tipos de vínculos, incluso simultáneamente.

[3] A diferencia de autores como Carlón (2013), quien se refiere solo al 'directo', considero importante la distinción entre directo e inmediato, enfatizando en lo directo esa aparente ausencia de mediación espacial entre pantalla y televidente y enfatizando en lo inmediato la no evidente mediación temporal.

[4] Película que fue nominada en 2014 a cinco Oscar de la Academia cinematográfica estadounidense y que finalmente se llevó tres, entre ellos el Oscar al mejor director y el Oscar por efectos especiales por la fantástica orquestación audiovisual en el espacio sideral en la cual transcurre una mínima y nada espectacular historia a ser contada.

[5] Este es el rango de *rating* actual de la ficción en varios países latinoamericanos, con excepción de Brasil, que supera el 25 por ciento. El porcentaje ha caído drásticamente, porque lo que se mide es el visionado de la ficción en la pantalla del televisor clásico.