

Hacia la hipertelevisión. Los primeros síntomas de una nueva configuración del dispositivo televisivo.

Carlos Scolari

Grup de Recerca d'Interaccions Digitals (GRID)

Universitat de Vic

carlos.scolari@uvic.cat

Resumen

El texto propone un primer mapa de las transformaciones que ha sufrido la televisión desde la difusión de los nuevos medios interactivos. Si consideramos que las nuevas textualidades conviven con las tradicionales dentro de una misma ecología mediática, puede resultar pertinente analizar las contaminaciones entre ellas. La televisión del siglo XXI le está hablando a un espectador formado en otras experiencias mediáticas, lo cual le obliga a modificar sus dispositivos gramaticales y narrativos. En el artículo se analizan algunos rasgos pertinentes de aquella que hemos dado en llamar hipertelevisión.

Abstract

The article proposes a first map of the transformations that are shaping television since the diffusion of the new interactive media. If we think that the new textualities coexist with the traditional ones inside the same media ecology, it could be pertinent to analyze the contaminations between them. The television of the XXIst century is speaking to audiences formed in other media experiences and it's constrained to modify its grammatical and narrative properties

Palabras clave

Hipertelevisión – paleotelevisión – neotelevisión

Introducción

En los últimos quince años los investigadores de la comunicación digital hemos estado tan ocupados en el análisis de los “nuevos medios” que nos hemos hasta cierto punto olvidado de los “viejos medios”. Si consideramos que las nuevas textualidades conviven con las tradicionales dentro de una misma ecología mediática, puede resultar interesante analizar las contaminaciones entre ellas.

Las nuevas formas que adopta la televisión, más que encuadrarse dentro de un proceso evolutivo lineal de larga duración - teorizado por la semiótica según la serie paleo/neotelevisión (Eco, 1986) - deberían ser analizadas desde una perspectiva ecológica-reticular. Podría entonces decirse que la aparición de otras especies en el ecosistema como los videojuegos o la web está modificando el entorno, obligando a las viejas especies (televisión, prensa, radio, etc.) a adaptarse. En algunos casos estamos asistiendo al nacimiento de especies bastardas, o sea, medios que adoptan o simulan gramáticas y narrativas de otros medios.

Desde el momento en que los nativos digitales –una generación crecida entornos digitales interactivos- han desarrollado nuevas competencias perceptivas y cognitivas (y, como bien apuntaría McLuhan, han narcotizado otras) a partir de sus experiencias hipertextuales, los medios tradicionales deben adaptar su discurso a estos nuevos espectadores. No es lo mismo conquistar una audiencia formada en la radio, la prensa o en la misma televisión que producir programas para nuevas generaciones con competencias interpretativas generadas en experiencias hipertextuales como la navegación en la web, el uso del software o los videojuegos.

1. Hipertelevisión: un breve zapping teórico

1.1 *La serie paleo/neotelevisión*

La televisión es el medio de masas por excelencia, el canal audiovisual que llega a mayor cantidad de consumidores y, sin dudas, la experiencia comunicacional más impactante del siglo XX. Nacida como medio unidireccional e impregnada de una ideología de servicio público en Europa - mientras que, en los Estados Unidos, su espíritu fue siempre comercial - en los años '80 la televisión comenzó a vivir un proceso de transformación. Los grandes monopolios estatales (la BBC inglesa, la RAI italiana, etc.) debieron compartir su espacio con las nuevas cadenas privadas. La multiplicación de los canales tuvo sus consecuencias en la economía televisiva - la segmentación de las audiencias - y en las formas de consumo – ahora fragmentado al ritmo del zapping-

Esta transformación fue definida por Umberto Eco en 1983 como el paso de la paleotelevisión a la neotelevisión (Eco, 1986), una oposición posteriormente retomada en un contexto académico por Casetti (1988) y Casetti y Odin (1990). Entre otras cosas la neotelevisión arrasa con la oposición entre información (realidad) y entretenimiento (ficción), anula las diferencias culturales para sumergir al espectador en un flujo

televisivo que lo acompaña a lo largo de la jornada. La televisión, en esta fase, comienza a mirarse y a representarse a sí misma. Según Eco "la característica principal de la Neo TV es que cada vez habla menos (como hacía o fingía hacer la Paleo TV) del mundo exterior. Habla de sí misma y del contacto que está estableciendo con el público" (1986, 200-201). Para generar este efecto la televisión se muestra a sí misma, abre al público su dispositivo técnico de enunciación: los espectadores pueden ver los micrófonos, las cámaras y las salas de redacción de los telediarios.

La dupla paleo/neotelevisión tuvo a finales de los años '80 una gran acogida en el mundo académico y de ahí en más no resultó difícil encontrarla en muchos análisis semióticos del medio televisivo (Abril, 1995; Imbert, 1999; Farré, 2004; Carlón, 2004). La oposición paleo/neotelevisión también ha sido utilizada por investigadores que trabajan en otros contextos epistemológicos como la teoría crítica (Malmberg, 1996) o las ciberculturas (Piscitelli, 1995).

1.2 Crítica de la neotelevisión

Ya a mediados de los años '90 Semprini marcó algunos límites del concepto de neotelevisión, indicando que el término no permitía dar cuenta de todos los cambios que estaba viviendo el medio:

"La puesta en escena de lo privado y de la intimidad de los individuos, la aparición de los talk shows de tipo sociopolítico y las diferentes formas de intrusión del medio televisivo (docudrama, TV-verdad, televisión compasiva, etc.) difícilmente entran en tal definición. Ellas modifican sustancialmente el rol del medio y la relación enunciativa entre público y emisores. Desde un punto de vista más general, es un paradigma unificado que resulta cada vez más difícil de aplicar al medio televisivo" (Semprini, 1994:43).

También Cavicchioli y Pezzini (1993), en un trabajo donde se analizaban las producciones de la TV *verità italiana*, identificaron algunas categorías de programas que no podían ser encuadradas en el concepto de neotelevisión: "Algunos programas, en particular los que denominamos 'ventana sobre el mundo', no parecen poder entrar en la definición, aunque sea amplia y generosa, de neotelevisión" (1993:61). Puede resultar significativo que en las últimas investigaciones dedicadas al medio televisivo surgidas en la semiótica italiana, cuna teórica del concepto de neotelevisione, prácticamente ni se lo mencione (Pezzini, 2002; Peverini, 2004).

Si bien reconocemos que las oposiciones pueden servir para generar taxonomías científicas (vertebrados/invertebrados, sociedad/comunidad, etc.), resulta un tanto incómodo encuadrar la historia de un medio en una serie lineal de estados. Reducir la evolución de la televisión a una sucesión de etapas (de la paleo a la neotelevisión) puede facilitar su transmisión en contextos didácticos pero se corre el riesgo de simplificar procesos sumamente complejos y multideterminados.

1.3 La televisión y la ecología de los medios

El sistema de los medios y sus interfaces conforma una red sociotécnica muy parecida a un hipertexto. En determinados momentos algunos nodos de esa red se activan y comienzan a relacionarse con otros dando lugar a nuevas configuraciones. La aparición de nuevas especies (nodos), además, modifica la ecología del conjunto, ya sea causando la adaptación de algunos elementos o la aparición de híbridos que combinan lo viejo con lo nuevo. Desde esta perspectiva podemos analizar cómo la llegada del cine remodeló al teatro, o estudiar los efectos colaterales sobre la radio y el cine que causó la difusión de la televisión de los años '50. Los modelos evolutivos lineales iluminan sólo una parte de estos procesos.

Si bien la oposición paleo/neotelevisión podría llevar a pensar en la sustitución total de un estado evolutivo por otro, en realidad siguen existiendo experiencias paleotelevisivas integradas al flujo neotelevisivo. Según Imbert se identifica una "rigidez" en la oposición entre neotelevisión y paleotelevisión ya que "hay actualmente una coexistencia de rasgos arcaicos y de otros postmodernos" (1999).

Finalmente, la oposición entre paleo/neotelevisión – que, no lo negamos, resultó de gran utilidad en su momento - no puede ser aislada de las condiciones sociales de producción de un determinado discurso teórico. La neotelevisión, como ya vimos, nace cuando las cadenas privadas pusieron en discusión el monopolio de la Radiotelevisione Italiana (RAI). En cierta manera la serie teórica paleo/neotelevisión es un efecto colateral de la irrupción en el ecosistema mediático italiano de un nuevo actor – Silvio Berlusconi - a principio de los '80.

1.4 Hipertelevisión: una primera definición

Muchas de las mutaciones neotelevisivas se agudizaron y aceleraron a fines de los años '90. Los géneros se confundieron aún más, lo informativo se terminó de diluir en lo ficcional y el mundo real acabó convertido en reality show. Desde una perspectiva teórica fue cada vez más evidente que los medios de comunicación, en vez de representar la realidad, la construyen (Verón, 1983, 2002). En el caso específico de la televisión, el medio agudizó la tendencia a hablar de sí mismo dando lugar a la llamada metatelevisión (Carlón, 2006). Pero los cambios del medio van mucho más allá de una simple profundización de los rasgos distintivos de la neotelevisión: la combinación con otras especies mediáticas, las transformaciones en todo el ecosistema debido a la difusión capilar de las tecnologías digitales y la aparición de nuevos formatos y lógicas de uso están rediseñando de forma acelerada el sistema televisivo. Los investigadores apenas alcanzan a relevar desde sus cátedras universitarias o grupos de estudio estos procesos. Si la televisión habla cada vez más de sí misma, resulta también cada vez más difícil hablar de la televisión.

Según Verón

"... Podemos hacer la hipótesis de que esta tercera etapa en la historia de la televisión masiva será su última: esta tercera etapa anunciará entonces el fin de la televisión masiva como fenómeno

propia mente histórico. La designación ‘televisión masiva’, que es la que yo prefiero, indica bien la especie que estará en vía de desaparición: esto es inseparable de una rareza de la oferta, y por consiguiente, de una activación de las grandes audiencias” (2001).

Más allá de sus límites como instrumento teórico, las transformaciones son tan profundas que la oposición paleo/neotelevisión se ha visto superada por la misma evolución del ecosistema mediático. En este contexto quizás convenga buscar otro concepto para hablar de lo nuevo. Por ejemplo algunos pensadores lejanos al mundo semiótico han apostado por el concepto de postelevisión (Piscitelli, 1998; Ramonet, 2002) para definir de alguna manera lo que está pasando con el medio televisivo. (1)

De forma totalmente operativa, proponemos en este texto el término hipertelevisión para definir el estado actual del dispositivo televisivo. Este concepto no debería ser visto como una nueva fase de la serie paleo/neotelevisión (por eso preferimos, al igual que Verón, descartar el concepto de postelevisión) sino como una particular configuración de la red sociotécnica.

Antes de entrar de lleno en el mundo de la hipertelevisión nos detendremos brevemente en el prefijo hiper (y en lo que denominamos experiencia hipertextual), un paso esencial para comprender el desarrollo teórico que recorreremos en las próximas páginas. Si cada texto genera a su lector (Eco, 1979) y, por extensión, cada interfaz construye a su usuario (Scolari, 2004), puede resultar pertinente preguntarse cómo afecta la difusión de nuevas prácticas mediáticas interactivas (como navegar en la web, vivir en *Second Life* o videojugar) a los medios tradicionales. Esta experiencia de fruición hipertextual ha construido un tipo de lector acostumbrado a la interactividad y las redes, un usuario experto en textualidades fragmentadas con gran capacidad de adaptación a nuevos entornos de interacción. Los medios de comunicación han debido adaptarse a estos nuevos espectadores. Esto no significa, conviene repetirlo, que desaparezcan las formas televisivas anteriores sino que pasan a un segundo plano o se combinan con las nuevas para dar lugar a formatos híbridos.

2. Gramática de la hipertelevisión

La televisión de inicios del siglo XXI posee una serie de rasgos pertinentes que la caracterizan. Si una de las características de la neotelevisión era la disolución de los límites entre ficción y realidad, el género híbrido que termina por mezclar las cartas es el reality show. Después de tibias experiencias como la TV *verità* (Cavicchioli y Pezzini, 1993) el reality show se ha convertido en el género por excelencia de la última década, la gran novedad mediática que derritió los índices de audiencia y atravesó las páginas de más de un journal o libro de comunicación. (2)

Otras características de la hipertelevisión no tienen antecedentes en la paleo o neo televisión. Veremos a continuación algunos de ellos, los más evidentes y sintomáticos. Por ejemplo las series de ficción tradicionales contaban con un grupo básico de personajes de los cuales uno tendía a distinguirse del resto (Lucy en *I Love Lucy*, el Marshall Matt Dillon en *Gunsmoke*, etc.). La simplicidad de estas estructuras se

puede confrontar con series contemporáneas como ER, CSI Las Vegas, 24 o The Sopranos, en las cuales como mínimo más de diez personajes aparecen en más del 50% de los episodios. Incluso obras corales como Dallas, cuyas tramas familiares se armaban y desarmaban a través de los años, están lejos de las estructuras complejas de Desperate Housewives o The Sopranos (Johnson, 2005). Desde una perspectiva semiótica se puede sostener que la hipertelevisión expande las historias y, en el mismo movimiento, multiplica los programas narrativos (Scolari, 2008).

Estas transformaciones narrativas repercuten en la interfaz de la televisión. La confrontación de diferentes interlocutores físicamente separados por medio de un sistema multipantalla, o la modularización de la información que se expresa en los telenoticieros, son claros ejemplos de adopción de formas visuales provenientes de las interfaces digitales. Vered (2002) habla directamente de una “windows aesthetics” en la televisión contemporánea. La fragmentación de la pantalla también se ha convertido en la marca de fábrica de algunas ficciones como 24.

Por otro lado, la hipertelevisión retoma uno de los mitos ciberculturales – nos referimos en este caso al concepto de /tiempo real/ - y lo repropone en clave televisiva. Lo que comenzó como un coqueteo artístico de algunas series como X-Files – donde en un episodio (Cops – 7ª temporada, 2000) se simulaba una grabación en tiempo real - o ER – quienes llegaron realmente a transmitir un episodio en directo (Ambush – 4ª temporada, 1997) – es otro de los rasgos distintivos de la hipertelevisión. La obsesión por el directo aparece en los reality shows pero también en ficciones que simulan el “tiempo real” como la ya mencionada 24.

Finalmente, debemos apuntar que los relatos de la hipertelevisión no se agotan en un capítulo o ni culminan al final de la temporada, ya que se extienden a través de los años. Esta característica – que nos reenvía a las estructuras folletinescas del siglo XIX y a buena parte de los géneros de masas del XX - se ha acrecentado en la primera década del siglo XXI. Pero la especificidad de la hipertelevisión no se encuentra tanto en la extensión lineal de las historias como en su expansión en diferentes medios. La hipertelevisión se caracteriza por integrar sus relatos dentro de narraciones transmediáticas (Jenkins, 2006). Por ejemplo la trama del videojuego basado en la serie 24 se ubica entre la segunda y la tercera temporada televisiva. De esta manera la experiencia lúdica se integra a un macrorrelato que la sitúa dentro de un universo narrativo mayor. En el caso de Big Brother, una misma narrativa se difunde a través de diferentes plataformas. Por ejemplo ya la edición inglesa del 2001 se difundió por televisión terrestre, televisión digital, internet, telefonía móvil, telefonía fija, audio, vídeo, libro y prensa (Jones, 2003).

A estas propiedades podríamos sumar muchas otras, desde la aparición incipiente de lógicas colaborativas - donde los usuarios participan en la generación de contenidos o en su distribución en línea (como en Youtube.com) - hasta el desarrollo de nuevas formas de consumo asincrónico (gracias a dispositivos de grabación digital como el TiVO) o la por ahora incipiente difusión de la mTV (mobile Television).

3. Conclusiones: hipertelevisión, sociedad y poder

A medida que Internet “se desarrolla desde un instrumento orientado a la investigación (‘research-oriented’) de las elites hacia un medio comercial de masas, las semejanzas entre los sitios web y la televisión se incrementarán” (Seiter, 2000:228). Esta promiscuidad mediática se enriquece por la presencia de otras experiencias interactivas, desde el consumo de videojuegos hasta el uso del software o las interacciones con los dispositivos móviles. El ecosistema mediático está en tensión, nuevas especies comienzan a poblarlo y los sujetos también debemos adaptarnos a este nuevo entorno. En este contexto la televisión - un medio que, al igual que la prensa, ve con temor cómo las nuevas generaciones lo abandonan a favor de otras experiencias mediáticas – debe transformarse y adaptarse para sobrevivir. En otras palabras, la televisión debe simular lo que no es: un medio interactivo.

Si la interfaz de la televisión no permite la interacción, entonces la mejor manera de remediar (Bolter y Grusin, 2000) las experiencias interactivas es simulando la acción de usuario en la pantalla. Esta mutación de la pantalla televisiva se puede reducir al siguiente axioma: “lo que una interfaz no puede hacer, lo simula” (Scolari, 2004: 191). Las nuevas textualidades televisivas - con sus multipantallas, relatos transmediáticos y multiplicación de los programas narrativos - serían impensables si en la última década millones de usuarios no hubieran vivido experiencias hipertextuales. La hipertelevisión les está hablando a ellos, a los hiperlectores, a los videojugadores, a los televidentes formados en la navegación dentro de entornos interactivos.

Sin caer en la futurología podemos sostener que se perfila un nuevo tipo de consumo televisivo caracterizado por una recepción fragmentada, ubicua y asincrónica: un programa diferente en cada aparato a la misma hora. Esta imagen rompe con 50 años de televisión sincrónica y derriba más de una teoría sobre la pantalla chica. Al fragmentarse el consumo televisivo en miles de situaciones individuales, donde cada usuario tiene acceso a un programa diferente – tal como sucede en la World Wide Web - estalla el concepto de aldea global de McLuhan. Se rompe así dentro de la cultura electrónica esta reminiscencia de la cultura oral, que reenvía al momento en que toda la tribu escuchaba al mismo tiempo al anciano contando los mitos de su pueblo alrededor del fuego.

Las consecuencias que implica la pérdida de este sentido comunitario – que la vieja televisión tan bien garantizaba - están por verse. Es posible que no estemos asistiendo a la muerte de la televisión (Gilder, 1992; Verón, 2001; Missika, 2006) sino a la rearticulación de su rol vertebrador de la sociedad. La televisión ha sido uno de los más formidables instrumentos de broadcasting para la creación de agenda y gestión de la opinión pública. Ahora bien, ¿Qué sucede cuando la televisión estalla y se atomiza en millones de experiencias individuales de narrow y nanocasting? ¿Qué medio-institución se encargará de hacer circular el cemento ideológico – por usar la metáfora de Gramsci – que mantiene unida la sociedad? ¿Cómo se construye la hegemonía en un ecosistema mediático fragmentado? Los desafíos que plantea la hipertelevisión interpelan al corazón de las formas de reproducción de nuestra sociedad.

Notas

- (1) Verón (2001) reconoce que la televisión está entrando en una nueva fase pero se niega a utilizar el concepto de postelevisión para hablar de ella: "No utilizo los términos de paleo y neo; no será que en razón de los hechos, es que entramos en una tercera fase ya que, en consecuencia, una simple dicotomía no sería adecuada, salvo para volver a caer en los errores cometidos a propósito de la modernidad, llamaríamos a una noción cualquiera, 'post'...".
- (2) Valgan como ejemplos el número monográfico de Designis titulado "Los formatos de la televisión" (DeSignis 7/8, Gedisa, 2005) o el volumen Understanding Reality Television (Holmes y Jermyn, 2004).

BIBLIOGRAFÍA

- Abril, G. (1995). La televisión hiperrealista. Cuadernos de Información y Comunicación 1. Disponible en línea en: www.ucm.es/BUCM/revistas/inf/11357991/articulos/CIYC9595110093A.PDF Consultado en noviembre 2007
- Bolter, J. D. y Grusin, R. (2000). Remediation. Understanding New Media. Cambridge: The MIT Press.
- Carlón, M.
 ____ (2004) Sobre lo televisivo. Dispositivos, discursos y sujetos. Buenos Aires: La Crujía.
 ____ (2006). De lo cinematográfico a lo televisivo. Metatelevisión, lenguaje y temporalidad. Buenos Aires: La Crujía.
- Casetti, F. (1988). Tra te e me. Strategie di coinvolgimento dello spettatore nei programmi della neotelevisione. Torino: ERI.
- Casetti, F. y Odin, R. (1990). "De la paléo- à la néo-télévision". Communications, 51: 9-26.
- Cavicchioli, S. y Pezzini, I. (1993). La TV Verità. Da finestra sul mondo a Panopticon. Torino: Rai-Nuova Eri.
- Eco, U.
 ____ (1979). Lector in fabula. Milán: Bompiani.
 ____ (1986). "TV: la transparencia perdida" en La estrategia de la ilusión. Barcelona, Lumen.
- Farré, M. (2004). El noticiero como mundo posible. Estrategias ficcionales en la información audiovisual. Buenos Aires: La Crujía.
- Gilder, G. (1992). Life After Television. The Coming Transformation of Media and American Life. New York: Norton.
- Holmes, S. y Jermyn, D. (eds.) (2004). Understanding Reality Television. Londres: Routledge.
- Imbert, G. (1999). La hipervisibilidad televisiva: Nuevos imaginarios / nuevos rituales comunicativos, Textos de las I Jornadas sobre Televisión (diciembre)
 Disponible en línea en: www.uc3m.es/uc3m/inst/MU/Imbert1.htm
 Consultado en noviembre 2007
- Jenkins, H. (2006). Convergence Culture. Where Old and New Media Collide. New York: New York University Press.
- Johnson, S. (2005). Everything Bad is Good for You. Londres: Penguin Group.
- Jones, J. M. (2003). "Show Your Real Face". New Media y Society 5(3), 400-421.
- Malmberg, T. (1996). "Critical Theory and Audiovisual Media". En Nordicom Review, 1. Special Issue: The XII Nordic Conference on Mass Communication Research.
- Missika, J.-L. (2006). La Fin de la Télévision. Paris: Éditions du Seuil.
- Peverini, I. (Ed.) (2004). Il videoclip. Strategie e figure di una forma breve. Roma: Meltemi.
- Pezzini, I. (Ed.) (2002). Trailer, spot, clip, siti, banner. Le forme brevi della comunicazione audiovisiva. Roma: Meltemi.
- Piscitelli, A.
 ____ (1998). Post-televisión. Ecología de los medios en la era de Internet. Buenos Aires: Paidós.
 ____ (1995). "De la centralización a los multimedia interactivos". En Diálogos de la Comunicación, 41.
 Disponible en línea en: <http://www.felafacs.org/files/8Piscitelli.pdf>
 Consultado en noviembre 2007
- Ramonet, I. (ed.) (2002). La post-televisión: Multimedia, Internet y globalización económica. Barcelona: Icaria.
- Scolari, C.
 ____ (2004). Hacer clic. Hacia una Sociosemiótica de las Interacciones Digitales. Barcelona: Gedisa.
 ____ (2008). The grammar of hypertelevision. Character multiplication and narrative complexity in contemporary television. Ponencia presentada a la International Communication Association Conference, Montreal, Mayo.
- Seiter, E. (2000). "Television and the Internet". En Thornton Caldwell, J. (ed.) Electronic Media and Technoculture, 227--245. New Jersey: Rutgers University Press.
- Semprini, A. (1994) Il flusso radiotelevisivo. Turin: Rai/ Nuova Eri.
- Vered, K. O. (2002) "Televisual Aesthetics in Y2K: From Windows on the World to a Windows Interface". Convergence 8(3): 40-60
- Verón, E.
 ____ (1983). Construir el Acontecimiento. Los Medios de Comunicación Masiva y el Accidente Nuclear de Three Mile Island. Barcelona: Gedisa.
 ____ (2001). Los públicos entre producción y recepción: problemas para una teoría del reconocimiento, mimeo, Cursos da Arrábida 2001 "Públicos, Televisão" (trad. de Natalia Ferrante).
 ____ (2002). El cuerpo de las imágenes. Buenos Aires: Grupo Norma