



iNINCO UCV
INSTITUTO DE INVESTIGACIONES
DE LA COMUNICACIÓN

Maratonear, spoilear y filtrar El rol de las audiencias ante el audiovisual digital

*Marathon, spoil and filter
The role of audiences before digital audiovisual*

Leonardo Murolo (Argentina)
Universidad Nacional de Quilmes
Universidad Nacional de La Plata
nlmurolo@unq.edu.ar

© Publicación de conformidad con su autor. Esta cesión patrimonial comprende el derecho del Anuario ININCO para comunicar públicamente la obra, divulgarla, publicarla y reproducirla en soportes analógicos o digitales en la oportunidad que así lo estime conveniente, así como, la de salvaguardar los intereses y derechos morales que le corresponden como autora de la obra antes señalada. Prohibida su reproducción total o parcial sin la autorización del autor. Ley de Derecho de Autor. Gaceta oficial N° 4638 extraordinario. 1o octubre de 1993. Las imágenes utilizadas son estrictamente para uso académico y corresponden al archivo del Anuario ININCO-UCV.

Maratonear, spoilear y filtrar El rol de las audiencias ante el audiovisual digital¹

Leonardo Murolo

Universidad Nacional de Quilmes

Universidad Nacional de La Plata

<http://orcid.org/0000-0002-0987-5853>

Resumen:

El presente trabajo se interesa en indagar, caracterizar y proponer conceptualizaciones teóricas alrededor de las nuevas formas de decodificación audiovisual en internet. En este sentido, los consumos de video bajo demanda nuclea formatos, géneros y usos que reproducen formas de medios tradicionales al tiempo que ensayan nuevas maneras de apropiación. Las plataformas de películas, programas televisivos y formatos realizados para internet abren la puerta al corrimiento conceptual de las ideas de directo, grilla, *prime time*, *rating* y *zapping*, propias de pantallas tradicionales, a lógicas ligadas con la interactividad como maratón, *spoiler*, filtrado y bajo demanda. Asimismo, en estas pantallas se acentúan dinámicas productivas como la precuela, el *spin off* y el *crossover*. Un universo audiovisual que también debe conceptualizar las narrativas transmedia, la convergencia cultural y el universo fandom. En ese escenario, el trabajo propone una mirada comunicacional de estas prácticas desde las investigaciones de Roger Silverstone y Henry Jenkins que pondrán el foco en el rol de las audiencias.

Descriptor: audiovisual, filtrado, maratón, spoiler, televisión.

Abstract:

The present work aims to investigate, characterize and propose theoretical conceptualizations around new forms of audiovisual decoding on the Internet. In this regard, the video-on-demand platforms bring together formats, genres and uses that reproduce traditional forms of media while trying new ways of appropriation. These platforms propose a shift from logics typical of traditional screens (like live, grid, prime time, rating and zapping) to those related to interactivity, such as marathon, spoiler, leak and on demand. Likewise, these screens are involved in the production of prequels, spin-offs and crossovers, and they also act as audiovisual universes in which transmedia narratives, cultural convergence and fandoms must be conceptualized. Within this context, the present work proposes an analysis of these practices by focusing on the role of audiences and from a communicational perspective in line with the studies by Roger Silverstone and Henry Jenkins.

Keywords: audiovisual, leak, marathon, spoiler, television.

¹ El presente artículo se enmarca en el proyecto de investigación "Tecnologías, política, cultura popular y masiva. Usos y narrativas de la comunicación en redes" (2019), financiado y desarrollado por la Universidad Nacional de Quilmes.



1. La grilla, el rating y el zapping

En 2009 publicamos un trabajo que proponía pensar en las denominadas “nuevas pantallas” poniendo el foco en sus propias dinámicas de producción y circulación de narrativas audiovisuales. Desde ese momento, el audiovisual digital continuó desarrollándose al punto de poder caracterizar de manera cada vez más pormenorizada diversas formas de realización, circulación y consumo. En ese contexto tuvo lugar la proliferación de pantallas piratas, la irrupción de las audiencias produciendo formatos amateurs, las propuestas para telefonía móvil, las series web, las lógicas del video bajo demanda, las historias como video efímero en redes sociales y los cruces con la narrativa de los videojuegos. Fue en su momento y sigue siendo ineludible desde un punto de vista teórico repensar estas lógicas a la luz de viejas pantallas, principalmente de la televisión.

Carlos Scolari y Mario Carlón (2009) compilaron por esos años un libro titulado *El fin de los medios masivos: el comienzo de un debate*, un trabajo interesante y sugerente que provocó la reflexión a futuro sobre medios que mueren a la luz de otros que ocuparían sus lugares. Esta lógica evolutiva -ligada a ideas biologicistas como “ecología de medios”- puede tener algún asidero en el plano tecnológico (walkman - discman - iPod), sin embargo, no podemos asentar la afirmación en la historia de los medios de comunicación ni mucho menos de los lenguajes.

Si la televisión -en directo, masiva, gratuita- no terminó con el cine y con la radio, no habría elementos a priori para afirmar que otras formas digitales y omnipresentes lo hagan. Sucede que la televisión, además de tratarse de un potente medio de comunicación social, supone un conjunto de prácticas devenidas en rituales que las audiencias resignifican, mutan y aprenden. Roger Silverstone (1996) quizás sea quien mejor ha estudiado estas dinámicas. El constructo teórico que conceptualiza la apropiación, la objetización, la incorporación y la conversión, arroja luz acerca del lugar de los sujetos sociales en el uso de las tecnologías en el ámbito doméstico (Silverstone, Morley y Hirsch, 1996).

El arché de la televisión es la transmisión en directo, cualidad que la diferencia del cine y el video. El encadenamiento de conceptos alrededor de la televisión tiene su base en el directo. Ligada a esta posibilidad aparece la fragmentación de grilla de programación, un menú previsible que anuncia el orden y la periodicidad de los envíos en un día y un horario constante. En este marco emergen, mediante las mediciones de audiencias -rating-, horarios centrales -prime time- y públicos específicos con formatos y géneros a medida -target-. De manera concomitante, ante esta variedad en el menú de los canales y ligado al desarrollo de la tecnología del control remoto, aparece el dinámico y aleatorio consumo en forma de *zapping*. Como vemos, las palabras en inglés comienzan a mencionar prácticas nombradas en países centrales donde los desarrollos tecnológicos se despliegan con anterioridad a los países considerados periféricos.

Claro está que las ideas de directo, grilla, *rating*, *prime time* y *zapping* no describen solamente prácticas de mercado o técnicas que una profesión conoce para ordenar su actividad, sino que se constituyeron como apropiaciones sociales que denotan una relación cercana y habitual de las audiencias con el medio de comunicación.

Resulta interesante entonces reflexionar desde el medio de comunicación estrella del siglo XX, los modos de resignificación y obsolescencia de algunos de estos conceptos a la hora de pensar las dinámicas propias del audiovisual digital. Como estamos hablando de rituales, prácticas culturales y mediáticas, donde los sujetos sociales tienen protagonismo, estos desplazamientos conceptuales mencionan entonces formas de relacionarse, negociar y crear sentidos por parte de las audiencias. Desde allí es interesante pensar la convergencia cultural -en palabras de Jenkins (2008)- como un estadio superador de la mera convergencia tecnológica. Mientras que esta describe el proceso de la ingeniería y la informática que propicia desde el triple *play*, hasta la posibilidad de que en un mismo aparato podamos chatear, ver una película, comentar un partido de fútbol y cursar una carrera, la convergencia cultural habla del universo de las prácticas de sentido que los sujetos sociales crean en el marco de estas posibilidades. Allí, la sagacidad de los memes, las estéticas de la *selfie* y la innovación en la apelación de las audiencias por parte de los youtubers, se configuran como fenómenos posibles de ser reflexionados desde una perspectiva cultural más que tecnológica.

El audiovisual digital construye entonces un nuevo andamiaje conceptual para referir a sus prácticas. Muchas de ellas tiranizadas por el mercado y otras provenientes del agenciamiento de las audiencias y luego incorporadas en las ofertas de las plataformas.

2. La maratón, el spoiler y el filtrado

Del mismo modo que con el cine de Hollywood, Estados Unidos logra una creciente invasión cultural a escala mundial, esta vez bajo una nueva edad de oro de las series televisivas. *House of Cards*, *Game of Thrones*, *Breaking Bad*, *The Walking Dead*, *Mad Men*, son algunos de los títulos más aclamados por los fanáticos. Alrededor de estas historias se desarrollan comunidades de sentido que se ponen la camiseta, como si se tratara de una banda de rock o de un equipo de fútbol. Allí las redes sociales virtuales se activarán como una caja de resonancia donde comentar y compartir teorías dándole una segunda vida a los programas televisivos.

Con la irrupción de sitios de Internet donde ver series bajo demanda -*streaming*-, se generan nuevas maneras de consumir y compartir lo que hasta hacía poco se veía por televisión. Podemos reconocer en primera instancia dos formas posibles: los usos piratas que se relacionan con sitios web donde se alojan series sin contar con los derechos para reproducirlas -como Cuevana, Series Pepito, Repelis-, y las consolidadas empresas de *Video On Demand* (VOD) que legalizan una práctica que ya se venía dando desde la primera década de los dos mil. De estas últimas, las más populares son las multinacionales Netflix, Hulu, HBO Go, Amazon Prime Video, entre otras, en las que media el pago, como también las argentinas CINE.AR PLAY y CONT.AR, entre otras, que pueden verse de manera gratuita. Aunque se puedan ver todas las producciones en pantallas piratas, el pago se justifica por la mejor calidad de imagen, que el video no se corte y la posibilidad de continuar desde donde se dejó de ver la última vez. Netflix, luego Hulu y Amazon Prime Video, se destacan por apostar a la producción de contenido exclusivo que, jugando con el gusto ya construido de las audiencias, no se trata de series web sino de una televisión para Internet que tiene en cuenta las formas de decodificación actual.

Sostenemos que los cambios en los consumos audiovisuales con la consolidación de Internet tienen más que ver con dinámicas sociales y prácticas culturales que con determinaciones propias de las tecnologías. En este sentido, las audiencias comenzaron a consumir audiovisual por fuera de la lógica de grilla y programación, creando su propio *prime time* personalizado viendo series cuando y donde quisieran. En la cama, en el transporte público, en una sala de espera, en el trabajo o en clase. Allí son posibles algunas lógicas propias de estas pantallas que involucran nuevas denominaciones de nuevas prácticas, como el visionado en maratón y el temor al *spoiler*. El consumo bajo la forma de maratón consiste, en primer lugar, en mirar un capítulo tras otro casi como una adicción. Estas plataformas a su vez mediante algoritmos que recopilan los movimientos y gustos de las audiencias recomiendan otras series similares a cada perfil de usuario para que cuando finalice el visionado actual continúe la maratón con otro título.

Desde hace un tiempo, con las plataformas de video bajo demanda como impulsoras, cuando una temporada se estrena y queda disponible para ser vista completa o cuando alguien sube a Internet el capítulo recién emitido en televisión, algunos fanáticos esperan ansiosos el momento y sin importar si es de madrugada o si tienen que pausar sus ocupaciones lo miran para llegar primero. Allí se encuentra la dimensión simbólica de la maratón: correr y llegar primero. Haber visto el material antes que los demás y ganar una suerte de capital simbólico efímero, porque pronto vendrá otro capítulo.

En este lapso, quien ya lo haya visto tiene el poder y el derecho de *spoilear* –en inglés, algo así como arruinar la sorpresa–. Esto es develar o adelantar a quienes no lo vieron lo que sucedió con sus personajes favoritos. En el marco de los foros y grupos en redes sociales creados para la discusión sobre la serie, *spoilear* es prácticamente una condición de existencia. Quienes no hayan visto lo último deben evitar los posts, perdiéndose participar activamente de la comunidad: crear teorías de lo que vendrá o memes sobre lo que acaban de ver. Las audiencias exploran reglas internas ante el spoiler: bloquear palabras en Twitter, alertar en mayúsculas que el contenido de su posteo contiene *spoilers* o directamente no ingresar a redes sociales hasta no haber visto el capítulo. Todas ellas, improntas propias del ritual de consumo del audiovisual digital contemporáneo.

Resulta interesante pensar en propias temporalidades para estos consumos y dimensionar si ante una serie exitosa que consigue conocimiento masivo, el *spoiler* acorta sus márgenes de tolerancia. Desde las redes sociales, reseñas y críticas periodísticas se hacen referencias constantes a las series del momento. Aunque no las hayamos visto sabemos al menos de qué se tratan, porque la ficción, como la política y el deporte se convierte finalmente en un acontecimiento mediático. Esto nos inviste de presas fáciles del *spoiler*, dimensión que finalmente denota nuestra lentitud en llegar a los productos culturales de moda en medio de un consumo tan fragmentario como vertiginoso. Los altos niveles de audiencia de los estrenos y finales de temporada advierten que muchas personas, incluso no fanáticas de estas historias, no quieren quedarse al margen del suceso mediático noticiable. En definitiva, *spoilear* es presentarse en el terreno cultural un paso más adelante y canjear esa constante labor de actualización por reconocimiento y pertenencia.

Las series apuestan al guion, construyen universos, abren diversas posibilidades de continuidad. Con ello incentivan la elucubración de teorías y conspiraciones por parte de fanáticos. La experiencia de la maratón se extiende a otros espacios convirtiendo los contenidos en narrativas transmedia. De estos grupos en redes sociales, por ejemplo, surgió la presión de los fanáticos ante la cancelación de *Sense8*, una historia que contaba con dos temporadas y un público cautivo ante el cual Netflix se vio obligado a producir un siguiente capítulo especial². Lo mismo ocurrió con *13 Reasons Why*, con una primera temporada basada en un libro y que debido a la cantidad de teorías posibles para su continuación se confirmó una segunda temporada. La presión de las audiencias también pudo verse con los seguidores de la serie argentina *Los Simuladores*. Una ficción televisiva de 2002 que se ha convertido en un objeto de culto para la cultura pop. Ante la noticia de que Netflix quitaría de su catálogo las dos temporadas, los seguidores invadieron las redes sociales pidiendo que esto no sucediera. Finalmente, la serie siguió en la plataforma³.

Dentro de estas dinámicas es interesante puntualizar también en el filtrado *-leak-* de capítulos de *Game Of Thrones*, que revolucionó la comunidad de fanáticos⁴. Es por lo menos dudoso que a una de las grandes empresas de entretenimiento del mundo se le filtre el siguiente capítulo de su mayor producción. Desde allí hay quienes incluso dicen que el filtrado fue una estrategia de *marketing* de la propia HBO para mantener a su masa

² “¿"Sense8" no se cancela? Netflix responde a fans que piden el regreso de la serie”. En El Comercio, 10/06/2017. Disponible en: elcomercio.pe/tvmas/series/sense8-cancela-netflix-responde-fans-piden-regreso-serie-433556-noticia/ (Consultado el 15/03/2020).

³ “Fanáticos de Los Simuladores evitaron que Netflix levante la serie de su plataforma: ¿Cómo?”. En Filo.news, 27/09/2018. Disponible en: www.filo.news/viral/Fanaticos-de-Los-Simuladores-evitaron-que-Netflix-levante-la-serie-de-su-plataforma-Como--20180927-0028.html (Consultado el 15/03/2020).

⁴ “Semana de caos en la HBO: filtrado el próximo capítulo de 'Juego de tronos'”. En El Confidencial, 05/08/2017. Disponible en: www.elconfidencial.com/cultura/2017-08-05/capitulo-juego-de-tronos-filtrado-hackeo-hbo-television-india_1425655/ (Consultado el 15/03/2020).

crítica en alerta y hablando del tema. La práctica del filtrado incentiva de algún modo la actividad de las audiencias para conseguir este material que anda girando por internet antes de tiempo. Estas audiencias fanáticas ostentan como valor haberlo visto y hacerlo circular por mensajería instantánea. Por lo que el filtrado, propio de las lógicas digitales, se relaciona con la viralización y las formas digitales de lo prohibido.

Por todo esto, la convergencia del visionado activo de las series y las redes sociales postula un consumo muy diferente al del espectador del cine y las audiencias de la televisión. De allí que las productoras de series abran juego a sus fanáticos incorporando las lógicas de visionado que las audiencias proponen. Una nueva forma de producir televisión que apela a la retroalimentación y apuesta a una incipiente era de la industria cultural televisiva. Desde estas dinámicas cabe preguntarse sobre las implicaciones narrativas que tienen lugar a raíz de conocer los gustos segmentados de las audiencias y de las formas de decodificación. En este contexto se pueden advertir diversos procedimientos narrativos entre los que se destacan la precuela, el *spin off* y el *crossover*.

3. La precuela, el *spin off* y el *crossover*

La serie *Fear The Walking Dead* (*FearTWD*) es un buen caso para reflexionar sobre algunos procedimientos narrativos explotados en el actual auge de las series televisivas. Se trata de una historia que puede definirse en términos narrativos como precuela y *spin-off*, al tiempo que en algunos capítulos apela al procedimiento del *crossover*.

La serie creada por Robert Kirkman y Dave Erikson comenzó en 2015 luego del éxito de su predecesora *The Walking Dead* (*TWD*). La historia se centra en una familia de Los Ángeles desde donde se cuenta el comienzo del apocalipsis *zombie* y la decadencia de la sociedad contemporánea. En la cuarta temporada se puede asistir a un cruce esperado por los fanáticos, la llegada del personaje Morgan Jones (Lennie James) de *TWD* para tomar protagonismo en *FearTWD*.

La serie se trata de una precuela porque relata hechos anteriores a los narrados en su historia original. Casos como *El joven Sheldon* o *Bates Motel* ofician como precuelas de *The Big Bang Theory* y de *Psicosis*, que cuentan con el valor de tratarse de historias ya reconocidas por las audiencias y con esto se enfrentan a públicos que conocen lo necesario para comprender el universo que plantean. Se apela generalmente a estas producciones cuando quedan cabos sueltos que pueden explicarse en el pasado y que en la historia original serían datos accesorios o desviarían el relato. En el caso de *FearTWD* se trata del origen del apocalipsis y quizás conocer el detalle de sus causas.

Las precuelas se hicieron famosas en el cine, sobre todo en el género terror cuando agotada la historia en reiterativas secuelas, se busca un giro pretendiendo explicar sagazmente el origen de estos fenómenos. El capítulo cero, el origen, la génesis, en las series se ve comúnmente al finalizar las temporadas y con la necesidad de continuar el universo narrativo con otros actores y actrices. Sin embargo, en *FearTWD* como en *Better Call Saul* fueron historias concomitantes a las predecesoras.

Algunas de las series que mencionamos, a su vez, se tratan de *spin-off*. Cuando una producción de la industria cultural tiene éxito, algún personaje o historia secundaria pueden convertirse en una serie autónoma. Los casos de *La Ley y el Orden* o *CSI* en sus múltiples ediciones o la serie de *Joey* -uno de los personajes de *Friends*- son ejemplos ineludibles.

La sinopsis oficial de la cuarta temporada de *FearTWD* señala que:

El pasado inmediato de los personajes se mezcla con un presente incierto de lucha y descubrimiento mientras conocen a nuevos amigos, enemigos y amenazas. Luchan por ellos mismos, entre ellos y contra una legión de muertos para construir de algún modo una existencia frente a la aplastante presión de las vidas que se deshacen. Habrá oscuridad y luz, terror y gracia; los heroicos, los mercenarios y los cobardes, todos chocando juntos hacia una nueva realidad (El Universal, 2018, s.p).

Por otra parte, el procedimiento narrativo denominado *crossover* toma popularidad en un contexto de consumo audiovisual constante donde las audiencias ven más de una serie a la vez. En muchos casos siguen a empresas productoras o de video bajo demanda y pueden reconocer su universo de personajes y temáticas.

Además de una precuela y un *spin off*, la serie con la que ejemplificamos recurre al procedimiento del *crossover* ya que en determinado momento de la historia dos relatos se cruzan. “Dos mundos colisionan” reza la publicidad de la cuarta temporada, en la que se espera que personajes de *TWD* pasen a formar parte de *FearTWD*. Un caso similar se puede encontrar cuando los personajes protagónicos de *Scandal* (Olivia Pope) y de *How to get away with murder* (Annalisse Keating) se cruzan en ambas series -temporada 7 de la primera y temporada 4 de la segunda-. Estrategia que apela a convocar audiencias de otras series y a realizar guiños hacia las propias. Un procedimiento propio de redes sociales virtuales donde los youtubers funcionan como *partners* que no compiten con otros realizadores de contenidos similares, sino que implementan colaboraciones que acercan a sus públicos.

Toda realización que apele a estas dimensiones de producción y narrativas, puede ser considerada una producción que incorpora los condimentos de la nueva televisión, pensando en sus audiencias súperconectadas y con hábitos de consumo propios de fanáticos. Por todo esto, el universo lúdico de reposición de información previa que propone la narración, la emoción de la acción y el suspenso, convierten a estos acontecimientos en eventos relevantes de la cultura pop audiovisual contemporánea.

4. Los antihéroes, las distopías y la nostalgia por el pasado

Los algoritmos revelan datos acerca de las preferencias de los públicos. Aunque se trate de fríos desarrollos informáticos arrojan información de interés sobre el comportamiento, los gustos y las constantes narrativas en materia de producción audiovisual. En este sentido, la proliferación de antihéroes, las historias distópicas y la nostalgia por el pasado reciente, pueden explicarse como recetas probadas y estereotipadas ante el gusto de las audiencias.

Desde el estreno de *Los Soprano* en 1999, los antihéroes serían los protagonistas indiscutidos de las series televisivas de principios de siglo XXI. *Dexter*, *Breaking Bad*, *Game of Thrones*, entre otras, apelarán a personajes incorrectos, al borde de la ley y de las buenas costumbres generalizadas, para interpelar a las audiencias sobre la identificación con estos personajes más que con sus acciones. Esta dimensión que las series descubren antes que el cine, le sirve a la industria para generar nuevos personajes que corren el umbral de la moral televisiva de aire.

Un segundo elemento narrativo que no es nuevo pero que toma fuerza en la contemporaneidad de las series es la distopía. Se trata de relatos que representan escenarios indeseables y desde el marco de la ciencia ficción desafían a las audiencias como creadoras del mundo en el que viven y del futuro que vivirán las próximas generaciones. La dureza de los regímenes totalitarios en *1984* de George Orwell, la cara oculta de la celebrada modernidad en *Un mundo feliz* de Aldous Huxley o el tortuoso avance de las tecnologías en *Black Mirror*, son clásicos del género que se valieron de este recurso retórico para realizar críticas sagaces a las sociedades en las que fueron creadas.

Desde que Netflix comenzó a producir series realiza contenidos locales con improntas identitarias de diferentes países. De allí resultaron, por ejemplo, *La casa de papel* en España, *La casa de las flores* en México o *Edha* en Argentina. *3%* es la primera serie brasileña original de Netflix y se trata de una historia distópica que presenta reminiscencias con la contemporaneidad. La historia se centra en una población subsumida en la pobreza que ve una luz de esperanza en la posibilidad del “proceso de selección” que deben atravesar los jóvenes al cumplir veinte años. Este proceso es llevado adelante por el Estado que los evalúa tanto de modo intelectual, como físico y emocional. Para quienes superen el proceso de selección les espera pasar a Altamar o “el extranjero”, territorio imaginario que se presenta como eterna promesa de bienestar. Lo exclusivo y mítico de este lugar se sustenta en el dato reiterado: de aquel lado solamente habita el 3% de la humanidad.

Las distopías juegan con el horror y la fantasía, se posicionan como escenarios ficcionales donde se pone en jaque el principio de realidad y todo está permitido. Se señala a la humanidad y la artificialidad como opresora en medio del sojuzgamiento del ser humano hacia sus pares. *The Handmaid's Tale*, *Years and Years* y *The Rain*, por mencionar solo algunas, además de entretenimiento de primer orden proponen reflexionar sobre la condición humana ante diferentes adversidades. Las distopías en serie contemporáneas juegan con un futuro indeseable haciéndonos pensar en el presente. Apelan a escenarios posibles y temáticas que en la actualidad presenciamos y desde allí nos alarman.

El tercer elemento que destacamos se relaciona con la nostalgia por el pasado que ponen en relieve algunas series del momento. *Stranger Things*, *Dark*, *Narcos*, *Wild Wild Country*, *The Americans*, por mencionar solamente algunas, nos proponen regresar al umbral entre los años ochenta y los años noventa, a sus estéticas, lugares y objetos identitarios. Ante audiencias de más de 35 años de edad, que se presume se quedan maratoneando los fines de semana más que los más jóvenes, esta apelación a sus infancias propone un volver a vivir y relacionar la propia industria cultural con otras historias como *Volver al Futuro* o *ET*. El cuarto capítulo de la tercera temporada de *Black Mirror*, titulado *San Junipero*, es uno de los más celebrados. La trama apela a una historia de amor entre dos mujeres que sucede en los años ochenta. Desde el furor por el uso del jean, hasta las canciones de moda en esos años, pasando por los locales con la impronta de la época, construye un clima que le valió el premio Emmy al mejor telefilme.

Estos elementos pueden llegar a ser los más visibles por su reiteración y la aceptación por parte de los públicos. Sin embargo, la narratividad de las series del momento se va modificando a la luz de la retroalimentación con sus destinatarios, que en el marco del uso de redes sociales cada vez tienen más voz ante los productores televisivos.

5. A modo de cierre y de apertura de nuevas reflexiones: narrativas transmedia, convergencia cultural y universo fandom

El trabajo se propuso dar cuenta de los desplazamientos conceptuales de grilla, *prime time*, *rating* y *zapping*, a maratón, *spoiler* y filtrado; además de advertir las apuestas de producción para expandir universos como las precuelas, *spin off* y *crossover* y las implicaciones narrativas de las irrupciones de las audiencias que postulan antihéroes, distopías y nostalgia por el pasado. En relación a estas dinámicas resulta interesante pensar los procedimientos envueltos en una cultura participativa que involucra narrativas transmedia, dimensiones de la convergencia cultural y el desarrollo de un universo fandom.

Desde que fue difundida por Henry Jenkins en 2003, la idea de narrativa transmedia se operacionaliza tanto en el ámbito académico como en el mundo de la producción. Ese modo de contar historias apelando a las potencialidades de todos los medios de comunicación posibles propone a la industria el desafío de la construcción de universos más que de historias autoconclusivas. De este modo, los personajes pueden comenzar en un formato (libro, videojuego o serie televisiva) y desarrollarse en sagas de diferentes lenguajes. Lo importante en una narrativa transmedia es que propicie la interactividad con las audiencias, de este modo el universo de internet y las redes sociales como las instancias presenciales son parte constitutiva de las historias.

En este sentido, resulta interesante pensar en términos de convergencia. Ligada generalmente a una lectura tecnológica, la convergencia describe la posibilidad de unificar en un mismo artefacto diferentes prácticas o posibilidades como obtener conexión a internet, telefonía, usos de videojuegos, video bajo demanda. Sin embargo, la idea de convergencia cultural pone de relieve la perspectiva de las audiencias al crear dinámicas y formatos para estas pantallas. El youtuber, el twitterero, el streamer o el instagrammer se configuran como sujetos comunicacionales por la apropiación de tecnologías convergentes, pero devienen en productos de la convergencia cultural. “La convergencia no tiene lugar mediante aparatos mediáticos, por más sofisticados que éstos puedan llegar a ser. La convergencia se produce en el cerebro de los consumidores individuales y mediante sus interacciones sociales con otros” (Jenkins, 2008, p. 17).

En ese marco, se debe señalar la diferencia entre el canon y el fandom. Mientras en el primer grupo de producciones se encuentra la idea de autor, los derechos de edición, el *merchandising* y la marca; en el universo

fandom se encuentran los *fanart*, *fanfics*, *fanvideos*, *fansubs*, *fandubs* y *cosplays*. Se trata de quienes realizan producciones amateurs de las historias que siguen como fans con el solo fin del reconocimiento por parte de sus pares.

Las narrativas transmedia, la convergencia cultural y el universo fandom explican en parte los nuevos consumos del audiovisual digital. Se trata de historias que apelan a tecnologías que hace unos años no existían y de allí que puedan desarrollarse por parte de las audiencias nuevas dinámicas de consumo, que propongan una apropiación de las historias al punto de poder retroalimentarse con los productores.

Aproximarnos al conocimiento de las audiencias siempre es una tarea propia de metodologías de la investigación cualitativas, asentadas en las técnicas de la observación participante, las entrevistas y la coresidencia en el momento de visionado. Sin embargo, las conceptualizaciones expuestas se proponen como herramientas de abordaje a estos estudios que buscan visibilizar las transformaciones tanto tecnológicas como narrativas y de uso del audiovisual en el estadio digital de su historia.

Referencias

CARLÓN, Mario y SCOLARI, Carlos

2009 *El fin de los medios masivos: el comienzo de un debate*. Buenos Aires: La Crujía.

EL UNIVERSAL

13 de abril de 2018 "En exclusiva, un adelanto de la cuarta temporada de Fear The Walking Dead". <https://www.eluniversal.com.mx/espectaculos/en-exclusiva-un-adelanto-de-la-cuarta-temporada-de-fear-walking-dead/>

FERRAZ FERNANDEZ, Andréa y FALCHETTI, Mauricio

2012 "Cultura Participativa e Lógica das Relações de Produção Colaborativa: Fandons, Fanfics e Fan films". En Castro, Cosette (Org.) (2012) *Conteúdos em multiplataformas: extensões das narrativas digitais*. Porto Alegre: Armazém Digital.

JENKINS, Henry.

2008 "Convergence culture. La convergencia de los medios de comunicación". Buenos Aires: Paidós Comunicación.

MUROLO, Norberto Leonardo

2017 "Pensar en pantallas: jóvenes, tecnologías, usos y narrativas". En Néstor Daniel González y Alejandra Pía Nicolosi (compiladores), *Transiciones de la escena audiovisual: perspectivas y disputas* 1a ed. - Bernal: Universidad Nacional de Quilmes, 2017. Libro digital, PDF Archivo Digital: ISBN 978-987-558-462-4.

2016 "La pantalla pirata: usos y apropiaciones del audiovisual en Internet por parte de jóvenes" En *Divulgatio*, Revista de la Secretaría de Posgrado de la Universidad Nacional de Quilmes. Núm 1, Vol. 1. http://revistadivulgatio.web.unq.edu.ar/wp-content/uploads/sites/65/2016/11/D1_A4_murolo_2016.pdf

MUROLO, Norberto Leonardo y AON, Luciana

2018 "Maratón en Netflix. House of cards entre la narrativa de la televisión y la web". En *Revista Tram(p)as de la comunicación y la cultura*, Número 82, e023 (octubre-marzo 2018). ISSN: 2314-274X. <http://perio.unlp.edu.ar/ojs/index.php/trampas/article/view/4798>

SILVERSTONE, Roger, MORLEY, David y HIRSCH, Eric

1996 "Tecnologías de la información y la comunicación y economía moral de la familia". En Silverstone, Roger y Hirsch, Eric. (Eds.) *Los efectos de la nueva comunicación. El consumo de la moderna tecnología en el hogar y en la familia*. Barcelona: Bosch.

Leonardo Murolo: Doctor en Comunicación (UNLP) y Licenciado en Comunicación Social (UNQ). Director de la Licenciatura en Comunicación Social de la UNQ y del proyecto de investigación “Tecnologías, política, cultura popular y masiva. Usos y narrativas de la comunicación en redes”. Profesor de grado y postgrado en la Universidad Nacional de Quilmes y la Universidad Nacional de La Plata, Argentina.