

# La ficción audiovisual como experiencia dentro y fuera de la Red: la conversación *onlife*

## Audiovisual Fiction as an experience inside and outside the Web: the online conversation

Ana María Castillo Hinojosa

Universidad Alberto Hurtado  
acastillo@uahurtado.cl

### Resumen

Este artículo relata parte de los resultados de investigación de la Tesis doctoral “Prácticas en las redes sociales online. Ficción audiovisual para la construcción de identidad”. En las siguientes páginas se presenta una discusión teórica sobre el argumento de la dualidad digital, o la diferencia entre la conversación dentro de la pantalla y fuera de ella, teniendo como punto de partida la interacción a partir de series producidas para ser transmitidas por televisión. La investigación marco utilizó metodología cualitativa mixta, modificando la Teoría Fundamentada y usando la triangulación como herramienta central para la recogida de datos; el análisis se realizó sobre la base de la Teoría de la Práctica de Andreas Reckwitz (2002). Las conclusiones expresan que para los usuarios de redes sociales en línea participantes de la investigación, no hay una separación entre lo su vida material y aquello que ocurre tras la pantalla.

### Abstract

This paper describes a part of the results from the doctoral research “Practices in SNS: audiovisual fiction for identity construction”. In the following pages, you can find a theoretical argument about digital duality or the difference between the conversation inside the screen and outside it, having as starting point the interaction of users with television series. The research used a mixed-qualitative methodology, modifying Grounded Theory and using triangulation as a central tool for data gathering. Theory of Practice (Reckwitz, 2002) was in the bases of the analysis. The conclusions show that for the group of people within the research, there’s no such thing as an average from their material life and what’s happening in SNS.

### Palabras clave

Onlife, Ficción Audiovisual, Redes Sociales, Transmedia.

### Key words

Onlife, Audiovisual Fiction, Social Network Sites, Transmedia

## 1. Apuntes metodológicos iniciales

Para centrarnos de lleno en el tema de este artículo, basta recordar la escena de los hermanos Wachowski (*The Matrix*) donde Morfeo (Laurence Fishburne) introduce a Neo (Keanu Reeves) en el funcionamiento de la matriz, planteándole la pregunta por la realidad: “¿Qué es real?”. El personaje de Fishburne continúa su explicación haciendo una diferencia entre el mundo creado por las máquinas y el “mundo real”, donde las percepciones se relacionan directamente con la interacción con el mundo físico.

Esta diferencia entre la interfaz física y la electrónica (en los aparatos) es utilizada por Turkle (2011) para conservar la brecha entre lo entendido hace décadas como Ciberespacio (Gibson, 1984) en contraposición a lo real/presencial/material. Lo *online* aparece entonces, en la segunda época de la literatura de Turkle, como lo ficcional, aquello que no es tangible y es susceptible de ser falseado, como una especie de mundo alternativo donde esta posibilidad es la característica más importante. Ese planteamiento es discutido en este artículo mediante la selección de trabajos cuyas conclusiones amparan las nuestras, pues los datos extraídos mediante las herramientas de recolección, muestran que los usuarios de tecnologías las incorporan en la vida cotidiana como un elemento más de interacción emulando una cinta de Moebius, donde no es posible identificar una cara de otra y ambos quedan en el mismo plano, conviviendo.

La investigación macro, que ampara estos resultados, es cualitativa mixta, es decir, utiliza elementos de la Teoría Fundamentada y los complementa con estrategias de recolección de datos y análisis propios del método científico tradicional. El análisis de los resultados obtenidos se realizó utilizando como base la propuesta de Teoría de la Práctica de Andreas Reckwitz (2002). La mezcla de la metodología, se basa en la desestructuración de las estrategias de construcción de marco teórico y recogida de información, pues para estas tareas, se decidió trabajar en paralelo con ambas cosas, para hacer dialogar los resultados de las herramientas de recolección de datos (provenientes del modelo tradicional de investigación científica) con la Teoría que estaba siendo construida en paralelo por autores y autoras que discutían y siguen discutiendo sobre la relación de las personas con la tecnología. A partir de esta forma de trabajo, los resultados no serán presentados como un apartado distinto de la discusión teórica, se irán intercalando para enriquecerla, vinculándola en todo momento al trabajo de investigación realizado, que aporta una aproximación centrada en lo empírico.

La investigación se realizó entre los años 2011 y 2014 y contempló la participación de 428 personas encuestadas a través de redes sociales en línea y correo electrónico (España y Chile). Además, se realizó observación durante un año a grupos sobre series de televisión en *Facebook* y a *hashtags* de *Twitter* sobre los mismos productos de ficción televisiva. Otra parte del trabajo de campo se dedicó a la realización de entrevistas semi-estructuradas y grupales a usuarios de redes sociales en línea. Todos los participantes en la investigación son personas mayores de dieciocho años, que no se consideran a sí mismas como usuarias expertas ni como fanáticas de series de televisión. La observación y las entrevistas grupales fueron analizadas de acuerdo a la definición de Teoría de la Práctica de Andreas Reckwitz (2002), quien argumenta que una práctica no puede ser vista sólo desde el texto, desde el agente o desde otros elementos, sino a partir de la integración de ellos para la comprensión de la experiencia a nivel global.

El texto y la investigación se centran en el juego de palabras *Onlife* (Floridi, 2015; Gómez Cruz, 2012), que describe el quiebre de las barreras entre lo *offline* (desconectado) de lo *online* (conectado a la Red). Se decide usar las palabras anglosajonas debido a la precisión que proponen los autores que ya han comenzado esta descripción: estar conectado a la Red (*online*) es, a la vez, estar conectado a la vida real (*onlife*). En este trabajo se discute, usando como pretexto la conversación en redes sociales sobre televisión y productos de ficción, el desvanecimiento de la separación entre la vida real y las pantallas, las redes, los chats. Como veremos en las páginas que siguen, la conversación *online* no puede ser más considerada como algo ajeno a la realidad.

## 2. De las prácticas on/offline a la vigilancia

Una interesante investigación sobre las prácticas con tecnología en redes sociales digitales es la de Harper et al. (2012), quienes explican, desde De Certeau, que la “existencia diaria es una navegación inconsciente que implica el aprovechamiento de la captación intuitiva del espacio, la tecnología y la conexión humana” (Harper et.al., 2012: 6).

La actualización de los estados<sup>1</sup> en *Facebook*, utilizando objetos como ficción audiovisual o fotografías, forma parte de las dinámicas diarias, de los rituales de interacción con la tecnología y con las herramientas sociales que se utilizan. Así lo demuestra el estudio realizado por Harper et. Al. (2012), quienes encontraron que los participantes en su estudio

<sup>1</sup> Un estado es el comentario o post que un usuario añade en la red para iniciar una conversación.

dan cuenta de cierta estructura manifiesta a la hora de realizar estas actualizaciones, ellas tienen que ver sobre todo con el horario de publicación, para la atracción de más comentarios de sus contactos.

En referencia específica a *Facebook*, Clara Ciuffoli y Guadalupe López argumentan que “Cada perfil es un “yo” que comunica” (López y Ciuffoli, 2012: 97), por lo tanto, cada usuario pone parte de sí mismo en la elaboración y mantención de su cuenta en la Red, ya no como una invención, como un elemento extraño a su realidad, sino como parte de ella.

Sherry Turkle (2011) muestra evidencia de una transformación en las relaciones sociales; explica que el uso de tecnología intenta reemplazar el contacto humano, volviendo a las personas islas que ante las relaciones presenciales con otros, tienden a sentirse cada vez más incómodos y por lo tanto a suprimirlas. Sin embargo, estudios tanto sobre identidad en las redes sociales *online* (Harper, et. al, 2012) como de uso de ficción audiovisual (Vilches, 2013; Bonilla, Cataño, Rincón y Zuluaga, 2012), dan cuenta de modificaciones en torno a las prácticas con tecnología, pero al contrario de lo argumentado por Turkle, éstos enseñan la conversación, el contacto con el otro, la necesidad de pertenencia, de identificación y de retribución como los principales objetivos. Los ejemplos de la autora norteamericana son muy interesantes porque describen efectivamente situaciones de cambio en los parámetros de privacidad, por ejemplo. Sin embargo, se produce a partir de ellos un juicio, una valoración que se asemeja a la comparación entre los medios de comunicación “nuevos y antiguos”, donde se mira con desconfianza a las novedades y/o transgresiones.

Sonia Livingstone (1993), argumenta que la televisión es una herramienta de creación de identidad social. Se refiere específicamente a los programas de conversación, pero también a la discusión generada en la audiencia a partir de lo que han visto. Más allá de la identificación con tal o cual elemento observado, el planteamiento de una posición sobre los temas que se tratan, la crítica que se genera es fundamental para el conocimiento y reconocimiento de sí mismo en un entorno social determinado, lo cual contribuye directamente con la formación de una percepción (y manifestación) de sí.

La autora explica también que la conversación en la televisión (por ejemplo en los talk-shows), es una forma de construcción de identidad, pues hay una narración de sí desde la experiencia (las personas comunes que participan en ellos) o desde la experticia (los

profesionales y expertos invitados a dichos programas). Algo similar ocurre en las redes sociales en línea, pues la experiencia *offline* se expresa a través de los estados en *Facebook* u otros objetos materiales (ficción audiovisual) compartidos con los contactos para iniciar la conversación. Para Livingstone, desde Masciarotte (1991), se corre el riesgo de provocar una “cacofonía de narrativas” (Livingstone, 1993: 43), porque las redes pueden acabar siendo la superposición de voces narrándose, creando identidades una sobre otra a partir de lo vivido.

Este interés por la conversación, sea a través de las redes sociales o en persona, es lo importante, pues si ha cambiado la percepción que se tiene de la llamada telefónica y se ha privilegiado el uso de los mensajes de texto, esto no implica necesariamente que todas las personas busquen el aislamiento sino al contrario. La literatura al respecto (Boyd, 2014) argumenta que -sobre todo los más jóvenes- se usan los dispositivos digitales al alcance para enriquecer/prolongar sus experiencias sociales. Uno de los participantes en las entrevistas grupales, enfatizó en la importancia de la conversación en las redes sociales sobre temas que van más allá de lo que ocurre *online*:

“porque, por ejemplo, en el grupo que tenemos nosotros, hay de todo, desde hablar de la prueba que tenemos mañana a agarrar pa’l leseo (molestar)<sup>2</sup> a compañeros, a hablar sobre un carrete (fiesta) que tenemos en la semana” (1P2\_M).

En esta discusión se critica el hecho de dedicar menos tiempo a las actividades de reunión *offline*, pero se reconoce la continuidad de las conversaciones más allá de lo que puede durar una conversación cara a cara, lo que puede llevar incluso a argumentos más complejos, pues el tiempo de maduración de las ideas y la información que se puede aportar aumenta. La conversación cambia, pero no anula la preponderancia de las reuniones presenciales.

Manuel Castells, en el Seminario sobre medios convencionales en la era de Internet, organizado en Barcelona por la Academia de Televisión de España y la Universitat Oberta de Catalunya, en noviembre de 2012<sup>3</sup>, argumentaba que lo nuevo con los dispositivos móviles de comunicación y las redes sociales en línea no es la vigilancia propiamente tal, sino el modo en que se ejerce/experimenta. En *Facebook*, por ejemplo, los usuarios

<sup>2</sup> Las expresiones no han sido alteradas, se conserva el vocabulario de los informantes. La autora añade alguna explicación si pareciera necesario como en este caso.

<sup>3</sup> Si bien no hay disponible el registro audiovisual del evento, en el siguiente enlace hay una nota informativa que lo resume: <http://www.icmedianet.org/2012/12/10/lo-unico-que-les-queda-a-los-medios-de-comunicacion-son-los-contenidos-de-calidad-y-la-credibilidad/> no se encuentra.

aceptan incorporarse voluntariamente a un sistema en el que se vigila y se es vigilado también. Esto puede relacionarse con los resultados de las encuestas y, sobre todo, de las entrevistas, porque los informantes enfatizan el hecho de transformar los mecanismos de control de sus relaciones, al mismo tiempo que varían las formas de establecer nuevas relaciones basándose en la información disponible en la Red.

Según una de las informantes chilenas, ha cambiado la forma de comportarse en las fiestas, porque alguien puede estar sacando fotos que serán subidas inmediatamente a *Facebook*. Los demás informantes asienten y respaldan esta opinión, agregando que desde que pueden usarse los teléfonos móviles con conexión a Internet, hay que poner mucho más cuidado a la hora de “mentir” sobre dónde se pasa el tiempo. Es común sentir que se está siendo observado todo el tiempo, a la vez que es mucho más aceptado el hecho de espiar a los demás, aprendiendo de ellos, de sus estilos de vida y aficiones a través de sus publicaciones en las redes sociales *online*.

Navegar en los perfiles de los contactos es aceptado ya como una forma de introducción a las nuevas relaciones sociales, pues permite una vista global de los gustos y las aficiones de los demás, permitiendo el acercamiento a través de temas comunes, visibles a través de las redes. Así como esta posibilidad se normaliza, lo hacen también los problemas que surgen debido a lo mismo: la localización permanente, el registro y publicación de situaciones antes privadas, pueden provocar conflictos asociados a lo *offline*. Por ejemplo, los estudios sobre *Facebook* y los celos (Utz y Beukeboom, 2011) dan cuenta del aumento de la manifestación de celos provocados por la interacción *online* de las parejas o posibles parejas de personas entre 20 y 45 años. Estos datos, en relación con lo planteado por los entrevistados durante el trabajo de campo de esta investigación, son otro punto de interés para la discusión sobre la separación entre lo *online* y lo *offline*.

Entre las observaciones más recurrentes en las entrevistas grupales, apareció la inmediatez en la publicación de fotografías o comentarios sobre los eventos que estaban sucediendo, es decir, la posibilidad de estar conectados a Internet durante una fiesta o cualquier otra reunión social, pues esa conexión resta posibilidades para mentir o negar que se ha participado de una actividad en concreto, o que se ha compartido con tales o cuales personas.

Esta observación en particular es muy interesante, pues permite ejemplificar cómo los límites se desdibujan, perdiendo claridad la delimitación entre “la vida real” y “lo que

ocurre en las redes”. Desde este punto de vista, los argumentos de Turkle (2011) son muy atractivos, pues ella plantea que el escenario perfecto para la interacción con otros, a través de las redes, es la soledad, ya que estar solos permite concentrarse en la pantalla y prestar atención a las cosas que allí están ocurriendo, sin tener que distraerse con lo que ocurre en el alrededor físico. El problema con este argumento, desde la perspectiva de esta investigación, es que se explica el uso de tecnología como una cuestión impuesta, como si las redes pusieran unas reglas a las que la sociedad se adapta, cuando -al contrario- ese proceso puede pensarse desde la interacción entre la sociedad y la tecnología, donde ambos se van modelando a través de las prácticas de los usuarios (Hine, 2005; Baym, 2010; Rainie y Wellman, 2012).

Usar el teléfono como dispositivo de memoria, como lugar de almacenamiento de material musical y audiovisual, así como también de investigación y vigilancia del otro, son prácticas que no son impuestas por la tecnología, como podría leerse en el discurso de Turkle (2011), sino son situaciones permitidas por las capacidades de las redes y por lo que las personas hacen con ellas. La fascinación por la tecnología continúa estando presente en los discursos de muchos usuarios, pero en el trabajo de campo realizado para esta tesis, las críticas a las prácticas tendientes al abuso de la tecnología o a la pérdida de las habilidades sociales por la adicción a las redes *online* siempre estuvieron presentes.

En una de las entrevistas grupales, un participante relató que antes de comenzar su primer año en la universidad, la mayoría de los futuros compañeros de clase se buscaron en *Facebook* para hacer un grupo y “conocerse” previamente, comenzar a hablar, saber algunas cosas de cada uno, para sentirse menos presionados al momento de encontrarse en el aula el primer día. El informante explicó que haber tenido la posibilidad de conversar a través del chat o investigar sobre los gustos y aficiones de los demás, no aseguraba que finalmente se formara una relación de amistad entre ellos, pero lo consideró un primer paso importante para iniciar la socialización.

“Por ejemplo cuando nosotros entramos a primer año, por lo general uno no conoce a sus compañeros cuando entra a la universidad, pero nosotros ya habíamos conversado en *Facebook*, habíamos armado grupos, algunos se juntaron incluso antes de entrar y ya como que veníamos todos medio conocidos, teníamos que buscar con quién hablábamos, pero nunca estuvimos así como... desde un principio, desde antes de que partieran las clases ya estábamos comunicándonos entre nosotros“(1P5\_M).



López y Ciufolli (2012) argumentan que las barreras entre lo social presencial y las relaciones a través de redes *online* es tan difusa porque ambas se complementan basándose en la conversación. *Facebook* específicamente se aleja de la jerga de la Web 2.0, “en su lugar, son retomadas metáforas de publicación que recuperan formatos *offline*” (López y Ciufolli, 2012). Sin embargo, se acepta el hecho de ser vigilado y la posibilidad de indagar sobre la vida, gustos y aficiones de los demás a través de las redes, cuestión que es socialmente reprochable en lo presencial. Al contrario, dentro de las prácticas más comunes en las redes sociales en línea, se encuentra el acoso, la observación de perfiles y cuentas para la obtención de información acerca de la persona a la que se investiga. Una de las primeras acciones al añadir a una nueva amistad en *Facebook* consiste en la revisión del perfil completo, de las fotografías y comentarios publicados, los gustos, los lugares visitados, etc. Esto permite la formación de una primera impresión a través de las redes.

Patricia Wallace (2001) hace un paralelo entre la obtención de esa primera impresión en forma presencial y por medio de una pantalla. A través de su estudio explica que es mucho más fácil manejar una presentación de sí mismo a través de las redes, pero que esto no lograba sostenerse frente a un encuentro presencial, que finalmente serán estos encuentros y la fluidez en la interacción que haya entre las personas lo que hará prosperar una relación de cualquier tipo.

A pesar de ser tan importante la interacción cara a cara para la consolidación de cualquier tipo de vínculo, se acepta ser sujeto de investigación a través de las redes, a la vez que la mayor parte de los usuarios se transforma en vigilante de sus contactos. Turkle (2011), argumenta a través de sus casos de estudio que esta situación es negativa, porque exige una mayor preocupación por la imagen presentada en las redes sociales en línea, desde donde se obtiene la mayor parte de la información. La autora explica que esto produce ansiedad y promueve que las personas se vayan aislando de los demás, subestimando los beneficios de la comunicación cara a cara (o incluso por teléfono), perdiendo la profundidad de las interacciones.

Uno de los personajes de *Are You APP?*, la webserie producida por Telefónica<sup>4</sup> que da cuenta de los argumentos de Turkle, le pregunta a una chica si no prefiere hablar con la amiga con la que intercambia mensajes de texto para así escuchar su voz. Su explicación es que se pierde contenido al usar solo los mensajes; “se pierde el subtexto”, dice él mientras

4 *Are you APP? Trailer oficial:* <http://www.youtube.com/watch?v=yOHjXYo7juA>



ella levanta la cabeza para mirarlo extrañada. Turkle presenta este tipo de situaciones enfrentando a los lectores esta clase de casos, personas inmersas absolutamente en el mundo de los teléfonos móviles, haciéndose extrañas al contacto con otros, incluso a las llamadas telefónicas que, por ocurrir en tiempo real y necesitar de la atención total del otro, se vuelven un ejercicio intrusivo, incómodo.

En contraste con esto, la autora comenta varios casos en que el espionaje y el acecho son comunes y están institucionalizados entre los usuarios de las redes sociales en línea. Esto podría unirse con el ejemplo de uno de los informantes de las entrevistas de esta investigación mencionado anteriormente, que comentó cómo se ha transformado la experiencia de ingreso a la universidad, ya que pudo conocer antes a quienes serían sus compañeros de clase a través de un grupo en *Facebook*. Evidentemente, ese acceso a los compañeros, brinda la posibilidad de recorrer las fotos, los gustos y las aficiones. No es mal visto intentar saber cosas de los demás a través de las redes *online*, al contrario, se transforma en una práctica común de acceso a los nuevos contactos, otra forma de iniciar el contacto que se produce *offline*. Es común que en una conversación entre conocidos que recientemente se han agregado a *Facebook* o alguna otra red, surjan temas relacionados con las fotografías colgadas, los videos, los viajes o las publicaciones realizadas, es una puerta de acceso a lo que ocurrió en la vida del otro antes de conocerse. Esto puede ser considerado una ventaja o un problema, por cuanto a la vez que da acceso a cosas positivas, si no se ha sido cuidadoso en las publicaciones, algunas de ellas pueden jugar en contra al destacar aspectos negativos de personalidad o actitudes poco deseables para el nuevo contacto.

### **3. Imágenes y contenidos audiovisuales: pruebas del aquí y ahora**

Llevar una cámara en el teléfono móvil transforma la función de la imagen, volviéndola un elemento de relato tan utilizado como el propio texto. El uso de fotografías y videos cortos en las publicaciones de las redes sociales en línea es parte fundamental de la comunicación a distancia. Los dispositivos móviles y las aplicaciones tienen como herramienta central la posibilidad de compartir fotos y recibir comentarios sobre ellas. Sea un paisaje, la cena de esa noche o la serie que se está viendo, las publicaciones acompañadas de una imagen llaman más la atención de los contactos y provocan mayor impacto traducido en comentarios, likes, menciones y nuevas comparticiones.

Tanto fotos como videos son utilizados como prueba de una experiencia. Conciertos y viajes quedan registrados en lo que será el relato de lo vivido, con la finalidad de compartirlo con quienes no pueden estar ahí, creando otra vez puentes entre lo *online* y lo *offline*, a través de estas formas de involucrar a los contactos en aquello que se vive. Un informante relató cómo se puede enfrentar a este tipo de eventos a los que le es imposible asistir presencialmente, pero de los que se entera a través de Internet:

Por ejemplo, este año fue el “Rock in Río” en Brasil... Tuvieron consorcios con YouTube, entonces uno podía ver el concierto en YouTube y no tenías problemas de imagen. Entonces uno podía estar sentado, poner la pantalla completa y sentirse como en el festival” (1P5\_M).

Una de las complicaciones ya agenciadas por López y Ciufolli (2011), es la necesidad de estar constantemente reportando las experiencias, para no incumplir el contrato de inmediatez contraído con los contactos, siempre pendientes de lo que ocurre para comentar a medida que se va publicando. *Facebook* es el ejemplo paradigmático de este tipo de interacción, que necesita inmediatamente de una retribución, porque a medida que pasa el tiempo la publicación pierde valor y se queda perdida entre todos los demás mensajes.

En YouTube también ocurre algo similar, pues si alguien comienza a subir los capítulos de alguna serie o programa específico, sus suscriptores esperan que continúe la tarea con regularidad. Si no lo hace, los contactos manifiestan desconcierto y se quejan explícitamente a través de los comentarios.

Durante 2012, varios usuarios de YouTube comenzaron a subir capítulos de la exitosa serie chilena *Soltera Otra Vez*, hasta que Canal 13 pidió el bloqueo de sus cuentas y creó un canal oficial de difusión internacional para su contenido. A pesar de la censura, los suscriptores y contactos agradecían a quienes intentaron burlar la censura y exigieron a Canal 13 regularidad y agilidad en las entregas de los capítulos en su canal. La presión *online* tiene repercusión en las decisiones que toman los distribuidores de contenidos *offline*.

Según Edgar Gómez Cruz (2012), otras plataformas como Flickr, por ejemplo, privilegian la construcción de un perfil de usuario basado en la calidad de lo que comparte y ya no tanto en cuán a menudo publica. Si bien es una red social específicamente dedicada a la fotografía y al video, tiende a funcionar con las mismas lógicas de publicación y

retribución de otras redes. El mismo autor argumenta que la imagen ha pasado de ser un objeto de intercambio cotidiano que se pone en red, para a partir de ella compartir con los contactos primero sobre las imágenes y después sobre ellos mismos, dando paso a la creación y mantención de relaciones. En palabras de Javier Serrano-Puche “Las redes sociales posibilitan tanto consolidar relaciones establecidas en el mundo *offline* como construir nuevos vínculos” (Serrano-Puche, 2012: 2).

En la pantalla de inicio de Flickr.com se puede ver un mapa del mundo con fotos de diferentes puntos del planeta que brinda la posibilidad de conocer a personas de los lugares más alejados del globo, así como a viajeros que hayan registrado su paso por ellos. Se favorece el intercambio y existe un reconocimiento a partir de la creación de otra persona, la que a su vez funciona en sí misma como una experiencia, pues ayuda en cierta medida a conocer un lugar nuevo o interesarse por conocerlo, una especie de pre-conocimiento posible gracias a los buscadores, la geolocalización y las redes sociales *online* que agrupan todos los elementos que hacen de Internet la compleja herramienta que es.

Uno de los informantes de Chile argumentó estar en desacuerdo con la utilización de cámaras en los conciertos o fiestas, porque hacer un video o fotos interfiere con la experiencia de la persona y no se puede disfrutar del espectáculo o del momento que se está compartiendo presencialmente con otros. Al respecto, otro informante agregó:

“Entonces por ejemplo ahí, para complementar lo que dice mi compañero, ya no existe por ejemplo, la concepción del ‘cabro chico’ (niño<sup>5</sup>) en la plaza, está en *Facebook*. Ya no existe la concepción del cabro chico jugando a la pelota, está jugando al PES (*Pro Evolution Soccer*) y está jugando con su otro amigo en su otra casa que está jugando online...” (1P3\_M).

Las formas de interacción se modifican, incorporando cada vez más y de maneras más diversas la comunicación a través de redes sociales en línea, generando una mixtura entre los espacios presenciales y *online*.

Cobra mayor sentido entonces el argumento de Nathan Jurgenson (2012) en relación con la imposibilidad de separar lo que se vive presencialmente de su complemento *online*. Incluso, podría ser que en ocasiones ni siquiera pudiera hablarse de complemento, pues hay situaciones que no necesitan en lo absoluto de la presencia para desarrollarse, lo cual

5 Las expresiones no han sido alteradas, se conserva el vocabulario de los informantes. La autora añade alguna explicación si pareciera necesario como en este caso.

no significa algo negativo, sino una forma distinta de enfrentar la vida cotidiana. Daniel Miller (2010) da ejemplos de ello a través de la construcción de perfiles donde organiza las vivencias de sus informantes, algunos de los cuales pueden relacionarse mucho mejor a través de las redes sociales en línea, ya sea por cuestiones de incapacidad física o falta de habilidades sociales.

En el caso de quienes viven lejos de su familia, las imágenes son esenciales en la comunicación y las redes sociales en línea no pueden dissociarse de lo presencial. Lo *online* afecta directamente lo que ocurre con esas personas fuera de la red. Las noticias que reciben y el contacto que tienen con su familia y amigos no queda aislada en el ordenador ni es una simulación, como en los casos presentados por Turkle (2011). Por supuesto que ha ocurrido una modificación del hecho de ir a vivir fuera de la ciudad o el país de origen, pero esa transformación posibilitada por Internet y los nuevos dispositivos de comunicación, no crea una separación entre las vidas *online* y *offline*, al contrario, permiten una mezcla natural entre ellas.

Turkle (2011) explica las diferencias entre su percepción de Europa siendo estudiante en comparación con las de su hija en la misma situación; dice que teme que la joven no perciba las ciudades con la intensidad que ella lo hizo. Este argumento es discutible, porque Turkle no se plantea el conocimiento previo (en imágenes por ejemplo) que su hija tiene sobre Europa. Teniendo en cuenta ese conocimiento y los dispositivos tecnológicos con los que cuenta, por supuesto que el viaje de la hija será distinto: probablemente sea más fácil ubicarse utilizando el Google maps del móvil, no llevará un enorme mapa en el bolso y consultará la guía Lonely Planet en la Red, pero esto no quiere decir que esa experiencia de vida sea menos intensa. La percepción de la experiencia se modifica de acuerdo con las herramientas que se tengan a la mano para enfrentarlas, pero tal como argumentaba Wallace (2001) con respecto a las primeras impresiones, será la relación *offline* -la interacción presencial con el entorno- lo fundamental para el establecimiento de una impresión sobre un lugar, sobre una cultura o sociedad, sea esta ajena o propia.

#### **4. *Online/Offline* en la ficción audiovisual**

Así como los escritores comienzan a interesarse por incorporar o no las tecnologías en sus novelas, los guionistas hacen lo suyo en la ficción televisiva y para Internet. Hay propuestas interesantes de modificación de la estética de la pantalla donde se presenta la obra. La

película chilena *Qué pena tu vida*, por ejemplo, hace aparecer los mensajes de texto como parte de la información que el espectador recibe. Los mensajes entre los personajes son parte importante del desarrollo de la trama, el teléfono ya no es *atrezzo*, es parte de la comunicación y de la historia.

*Soltera otra vez*, la antes mencionada serie de televisión chilena transmitida durante 2012, hace el mismo tratamiento de los mensajes de texto. En ella, así como en la película, se usan los elementos de comunicación *online* como parte de la vida cotidiana de los personajes, por lo tanto del argumento en general. Aparecen *Facebook* y los sistemas de mensajería tal como se perciben en el día a día de una persona. En un capítulo de *Soltera otra vez*, la protagonista se embriaga en una fiesta y le hacen un video que, colgado en *Youtube*, acaba llegando hasta sus compañeros de trabajo y afectando su estabilidad laboral. En la trama de estos ejemplos no se discuten los efectos negativos y positivos de este tipo de interacciones, pero sí se emplean naturalmente sin hacer un juicio sobre ellos.

Los teléfonos móviles son parte de la conversación en las series, así también lo ocurrido en *Facebook*, *Twitter* u otras redes sociales *online*. De acuerdo a esto, la relación *online/offline* es demasiado estrecha como para seguir abriendo una brecha entre ambos conceptos. El tratamiento que se le da a dicha separación puede variar, pero en principio, la apuesta por representar las prácticas con tecnología en la ficción, da cuenta de una integración que se opone al planteamiento de Turkle (2011) revisado anteriormente y expone una convivencia natural entre prácticas *on* y *offline*, dada por lo que sociedad requiere de la tecnología y lo que la ésta ofrece para facilitar la interacción interpersonal.

El visionado de televisión también se ha transformado, no porque la tecnología haya impuesto el cambio sino porque ante las opciones disponibles los usuarios han desarrollado nuevas prácticas. La acción de ver televisión, presencial y no necesariamente individual, se acompaña de otros dispositivos para mantener una conversación *online* paralela. Es la llamada "Televisión social" (Prádanos, 2012), descrita por el autor con las siguientes características:

- Genera una conversación activa en torno al programa de TV
- Recupera el componente comunitario de la TV
- Abandona el consumo pasivo para transformarlo en activo
- Incorpora otras pantallas en simultáneo

Esta definición de las características hace que el concepto sea débil, pues básicamente se refiere a la integración de otros dispositivos al visionado de televisión, a través de los cuales se ofrece una serie de posibilidades de las que se habla hace mucho tiempo. La televisión interactiva de fines de los años noventa ya proponía que el espectador dejara de ser pasivo y tomara decisiones que afectaran el destino de los programas que prefería. Los mensajes de texto fueron utilizados como estrategia de negocio y también como promesa de democratización de los contenidos emitidos. Las series interactivas “entregaban” a los usuarios el poder del guionista y acabaron proponiendo dos opciones para gastar dinero a través del teléfono móvil. Cada opción era una posibilidad de desenlace de la historia, pero ya diseñada por los creadores, lo cual generaba una ilusión de interacción sin herramientas de acción real para los espectadores (Bonilla, Cataño, Rincón y Zuluaga, 2012).

La televisión es social desde antes de la aparición de dispositivos móviles con conexión a Internet. Los programas eran objeto de conversación, de intercambio de ideas, de identificación y de fanatismo desde antes de *Twitter* (Jenkins, 2008; Baym, 2000). En lo que sigue, entenderemos que el concepto se utiliza tal como el de “redes sociales”, haciendo referencia a lo *online*.

Lo que ha cambiado es la integración de dispositivos que permiten la realización de conversaciones paralelas sobre los programas a través de plataformas que no están directamente relacionadas con la producción del programa o con el canal de televisión que lo emite. De los 428 participantes en el cuestionario aplicado para obtención de datos de esta investigación, el 35% dice que prefiere ver contenidos producidos para televisión en el ordenador, mientras un imponente 51% dice preferirlo a veces. Sólo un 14% de ellos dice que nunca ve series de televisión a través del ordenador. Este panorama permite observar que ese amplio porcentaje de personas que ven contenidos audiovisuales en el ordenador tiene acceso a otras plataformas simultáneamente, lo que facilita la conversación en paralelo y favorece la integración de herramientas relacionadas con las redes sociales *online* para promover la extensión de los contenidos.

Estos datos aumentan la importancia de la discusión sobre la separación entre lo *offline* y lo *online*. Las conversaciones a través de las redes sociales no necesariamente están separadas de lo que los usuarios están diciendo de sí mismos, también puede formar parte de lo que se desea expresar, tal como lo explica Livingstone (1993). Es muy probable que esos contenidos también sean discutidos fuera de los dispositivos, en la cotidianidad

*offline* de los espectadores. Esa condición de espectador también se transforma y avanza desde la época del mensaje de texto y la promesa de la interacción. El intercambio se produce entre los usuarios, quienes critican, profundizan y amplían aquello que se les ofrece desde la pantalla, muchas veces creando y modificando contenidos, así como también propiciando espacios de reunión presenciales.

Los productores y actores de la serie mexicana *Soy tu fan* (Canal 11) propusieron, a través de su grupo en *Facebook*, reunirse con los seguidores de la serie en uno de los bares que servía de locación a algunos de los capítulos para ver todos juntos el final de la primera temporada. El bar se llenó y tanto los televidentes como los miembros del equipo de realización y actores, participaron en la reunión, en una instancia de cercanía y complicidad iniciada en las redes *online*. El alcance de esas herramientas va más allá de lo antes llamado virtual, considerado como lo opuesto a la realidad; el concepto ha regresado a considerarse en su etimología, es decir, es una “posibilidad” de acción y de encuentro más allá de la pantalla.

## 5. ¿Cuál es el papel de lo transmedia en este panorama?

Las narrativas transmedia son el quid de muchas de las actuales discusiones sobre la extensión de los productos audiovisuales a una serie de plataformas. El fenómeno no es nuevo (Jenkins, 2003; Jenkins, 2011; Vilches, 2012), pero está asociado como el concepto de televisión social a la masificación de nuevas pantallas que posibilitan la extensión y adaptación de los productos audiovisuales creados para ser difundidos en cine o en televisión.

Los dos conceptos ancla, según Jenkins (2011: en línea), son adaptación y extensión. La adaptación se relaciona inmediatamente con el uso de otras pantallas sin propósitos transmediáticos, pues requiere del traslado de la historia a otro dispositivo, pantalla o plataforma. Sin embargo, Jenkins argumenta que en ese traslado también hay una interpretación y ciertas variaciones producto de ella; da el ejemplo de las novelas de Harry Potter (publicadas desde 1997 por J.K Rowling) y sus adaptaciones cinematográficas.

La extensión en tanto, tiene relación directa con lo que se entiende como transmedia, una ficción que migra a diferentes pantallas con la incorporación de nuevas propuestas para la historia, en una ampliación del espectro comunicativo de la ficción, para abarcar diversas posibilidades de desarrollo en las diferentes plataformas donde son montadas.



Videojuegos, presentaciones en vivo, cómics, animaciones, y todo lo que ocurre en las redes sociales en línea son parte de los elementos que pueden ser utilizados por un producto para su ramificación. Esta característica, también desde Jenkins (2008), es un proceso de transformación cultural:

La convergencia mediática no se limita a la interconexión de los canales de distribución y las tecnologías sino que consiste, sobre todo, en un proceso de transformación cultural que afecta a los medios de comunicación y está basado en las nuevas posibilidades de acción y participación de los ciudadanos que ha generado la digitalización de los medios (Jenkins, 2008: 15).

Esta concepción del término es concomitante con la necesidad de incorporar lo *online* como parte de la vida cotidiana real de los usuarios de Internet y dispositivos móviles. El hecho de hacer variar la industria para ofrecer productos que involucren al usuario más allá de la recepción, en la creación de nuevos contenidos y la distribución y extensión del ofrecido por los productores, es un síntoma más de lo importante de la discusión. Las modificaciones en el visionado de televisión (televisión social) son indicios claros de ese cambio cultural donde la conversación *online* forma parte importante de lo que los realizadores esperan de sus programas, ya que a través de esa participación puede medirse cuán involucrados están los usuarios, antes audiencia. Lo *online* se transforma entonces en instrumento de fidelización a la vez que en espacio para la creación y la expansión.

Dichos espacios están siendo propuestos por los propios realizadores y distribuidores, a la vez que por los usuarios a través de canales extraoficiales. Los usuarios han desarrollado diversas formas de comprometerse con sus universos narrativos favoritos: a través de los grupos de fans, la creación de *fanfiction*, foros *online* y convenciones *offline* sobre series, películas y otros productos de su interés (Jenkins, 2008; Baym, 2000; 2010; Scolari, 2012). Con la masificación de las redes sociales en línea esta participación se ha abierto y no necesita de implicación profunda, aunque esta siga existiendo. Los usuarios usan los comentarios en grupos alternativos de *Facebook* o también *Twitter*, para hablar sobre las temáticas que les interesan.

Los distribuidores y realizadores también se han incorporado a este tipo de creación y promueven el uso de páginas oficiales para el intercambio de opiniones y discusiones sobre sus productos, siendo ellos mismos una ventana para el desarrollo de los contenidos transmediáticos, que requieren de un cuidadoso diseño previo, para que las historias no se escapen (tanto) de las manos de los realizadores originales.

En este sentido, Antena 3 en España ha sido pionera entre las televisiones en asumir los riesgos que conlleva intentar proveer a los usuarios de herramientas que puedan utilizarse para crear libremente, como un canal de *Twitter*. La serie *El barco*<sup>6</sup> es icónica por eso, pues ha empleado todos estos recursos para extender su contenido y hacer participar al usuario de diferentes maneras en la historia; revelando contenido nuevo a través directamente en la red, dando vida a los personajes más allá de la pantalla de televisión y manteniendo la trama viva entre las temporadas. Con ello, los seguidores de la serie no se comprometen solamente durante el tiempo de emisión del capítulo, sino durante el resto de la semana, a través de sus comentarios en las redes sociales, los juegos, las conversaciones *offline* sobre la serie, etc.

Las narrativas transmedia son otro ejemplo, fructífero, rico e interesante, de cómo las prácticas con tecnología no pueden reservarse a una discusión superficial sobre lo real y lo ficticio, esa discusión debe tomar en cuenta al menos todos los ámbitos que se han trabajado en las páginas anteriores, para poder formarse una idea de lo entrelazados que están los usos de tecnología en la vida cotidiana, con aspectos que hace un par de décadas se consideraban meramente digitales, diferentes de la esfera presencial de interacción diaria de las personas.

En las entrevistas grupales realizadas durante esta investigación, surgió una discusión acerca de los fans de los cómics japoneses en Chile. El grupo comenzó con una opinión radical en contra de ese tipo de fanatismo, por considerar que aislaba a esas personas del mundo “real” y los sumía en un universo fantástico que está fuera de la sociedad. Poco a poco, varios de los participantes fueron dando ejemplos de cómo estas personas no se aíslan totalmente, sino que comienzan a formar nuevos grupos sociales alrededor de las temáticas que les interesan. Otra persona mencionó las fiestas a las que van y cómo las registran por medio de la tecnología que llevan consigo. Los ejemplos siguieron hasta que el propio grupo concluyó que el compromiso de esas personas va más allá de encerrarse a ver televisión, leer cómics o perderse el mundo estando tras la pantalla de un ordenador; ellos mezclan los elementos *online* del universo narrativo que prefieren y lo aplican radicalmente en su vida cotidiana a través del maquillaje, la vestimenta y las relaciones sociales que establecen. Es el mejor ejemplo de lo poco probable que resulta hacer una separación estricta entre lo *offline* versus lo *online*.

6 Página de la serie en Antena 3: <http://www.antena3.com/videos/el-barco.html>

## 6. Conclusiones

La recogida de datos cuantitativos y cualitativos para esta investigación arroja como uno de los resultados más claros, la incorporación de dispositivos móviles a la vida cotidiana de un alto porcentaje de participantes. Lo anterior da cuenta de una especie de fusión de la tecnología con la vida social, una integración flexible, pues se produce a muchos niveles: desde al trabajo al ocio, pasando por el establecimiento de nuevas relaciones sociales, políticas, económicas, etc. (Floridi, 2015).

La ficción audiovisual no queda ajena a estas transformaciones. En Chile, por ejemplo, los canales de televisión y empresas dedicadas al entretenimiento y la información están modificando sus estructuras de generación de contenidos para poder cumplir con las expectativas de una audiencia que fluye a través de distintos medios (Jenkins, 2008; 2011), ya no espera sentada frente al televisor ni se contenta con descargar programas completos a través de Internet para saltarse los horarios dictaminados por la parrilla. Las necesidades se expanden a la velocidad de los contenidos y otras formas de narrar son necesarias (Scolari, 2012; Vilches, 2013). Las aplicaciones móviles de *Twitter* y *Facebook* –entre otras– complementan los visionados y, por ende, las conversaciones se trasladan también a esos espacios que son de visita conjunta. La ficción audiovisual forma parte del mismo plano de interacción con los contactos, no está separada de las fotos de las fiestas, los viajes y las rupturas amorosas; es un tema de conversación más, una excusa para entablar vínculos con las personas que forman (o esperamos que formen) nuestro círculo.

Los programas, series e informativos que los usuarios de redes sociales deciden compartir, son elementos para la narración de la identidad y el estilo de vida propio. Ayudan a decir cómo queremos vivir y de quiénes queremos rodearnos. Los informantes de esta investigación y participantes de las entrevistas grupales confirmaron los datos de la observación: las personas se identifican con las series de ficción y relatan experiencias de vida en los grupos dedicados a series de televisión. Cada comentario, cada consejo a los protagonistas ficticios está relacionado con alguna experiencia personal, trasladada a este entorno que acaba siendo parte de la conversación con otros contactos con quienes probablemente se comparte en el trabajo, en el barrio, fuera de la Red.

La ficción audiovisual es también una experiencia en sí misma, ayuda a los usuarios de redes sociales a organizar su propio mundo y sus relaciones interpersonales. Las conversaciones

que nacen a partir de la ficción pueden estar en la Red o fuera de ella, pero las experiencias no dejan de ser reales para quienes las viven y generan a su alrededor vínculos y relaciones con otras personas. Es, en resumidas cuentas, una conversación en la Red y en la vida: *onlife*.

## Referencias

- Baym, Nancy (2000). *Tune in, log on*. Thousand Oaks, California : Sage Publications.
- \_\_\_\_\_ (2010). *Personal connections in the digital age*. Cambridge :Malden, MA: Polity Press.
- Bonilla, Jorge; Cataño, Mónica; Rincón, Omar y Zuluaga, Jimena (2012). *De las audiencias contemplativas a los productores conectados. Mapa de los estudios y de las tendencias de ciudadanos mediáticos en Colombia*. Cali : Sello Editorial Javeriana.
- Floridi, Luciano (2015). *The Onlife Manifesto. Being Human in a Hyperconnected Era*. NY: Springer.
- Gibson, William (1984). *Neuromante*. Barcelona: Minotauro.
- Gómez Cruz, Edgar (2012). *De la cultura Kodak a la imagen en red: una etnografía sobre fotografía digital*. Barcelona: Editorial UOC.
- Haper et.al (2012). *Fixity: Identity, Time and Durée on Facebook*. En *Association of Internet Researchers*. Salford, UK (octubre, 2012).
- Jenkins, Henry (2011): *Transmedia 202: Further Reflections*. [Visitado en 28.12.2012] Disponible en: [http://henryjenkins.org/2011/08/defining\\_transmedia\\_further\\_re.html](http://henryjenkins.org/2011/08/defining_transmedia_further_re.html)
- \_\_\_\_\_ (2008). *Convergence culture: la cultura de la convergencia de los medios de comunicación*. Barcelona: Paidós.
- Jurgenson, Nathan. (2012). <http://www.nathanjurgenson.com/>
- Livingstone, Sonia (1993). *Talk on television: audience, participation and public debate*. Londres : Routledge.
- López, Guadalupe y Ciufolli, Clara (2012): *Facebook es el mensaje: oralidad, escritura y después*. Buenos Aires: La Crujía.
- Prádanos, Eduardo (2012). Conferencia en VI edición del PDP Experto en Social Media Management de Unidad Editorial. Madrid: 2012. Disponible en: <http://eduardoprados.com/2012/06/20/que-es-la-television-social-o-socialtv/>
- Rainie, Lee y Wellman, Barry (2012). *Networked*. Massachusetts Institute of Technology.
- Reckwitz, Andreas (2002). *Toward a Theory of Social Practices. A Development in Culturalist Theorizing*. *European Journal of Social Theory* Mayo 2002 vol. 5 no. 2, 243-263.
- Scolari, Carlos (2012). *Narrativas transmediáticas en España: cuatro ficciones en busca de un destino cross-media*. En revista *Comunicación y Sociedad*, Universidad de Navarra (Edición Online). Disponible en: [http://www.unav.es/fcom/comunicacionsociedad/es/articulo.php?art\\_id=409](http://www.unav.es/fcom/comunicacionsociedad/es/articulo.php?art_id=409)

Serrano-Puche, Javier (2012). La presentación de la persona en las redes sociales: una aproximación desde la obra de Erving Goffman. En Revista Anàlisi N°46. Disponible en:

<http://www.analisi.cat/ojs/index.php/analisi/article/view/n46-serrano> texto no disponible.

Turkle, Sherry (2011). Alone together. New York: Basic Books.

Utz, Sonja & Beukeboom, Camiel (2011). The role of social network sites in romantic relationships: effects on jealousy and relationship happiness. In Journal of Computer Mediated Communication. 16 (4).

Vilches, Lorenzo (ed.) (2013). Convergencia y Transmedialidad. Barcelona: Gedisa.

\_\_\_\_\_ (2012). Conferencia Magistral Congreso Red INAV. Málaga y Sevilla. Mayo, 2012.

Wallace, Patricia (2001). La Psicología de Internet. Barcelona [etc.]: Paidós.