

Nuevas situaciones de recepción televisiva

Rafael Buitrago Osorio

Todas las noches me iba a la cama cuando Topo GiGio decía: “a la camita... a la camita...”¹, en ese preciso instante, mi mamá volteaba a mirarme, levantaba una ceja y decía: -vamos amorcito, a lavarte los dientes y a dormir-. Esto sucedió noche tras noche durante mucho tiempo. Después, cuando por televisión ya no pasaban a Topo GiGio, era la familia Telerín la que sonaba a las 8:30 todas las noches: “...buenas noches, ...buenas noches, buenas nooooooches”² y el resto era exactamente igual, yo terminaba en mi cama escuchando a lo lejos los programas que seguían viendo mis papás.

La televisión, sin duda alguna, fué un gran agente configurador de tiempos y hábitos en mi familia al igual que en la de la mayoría de las personas. Y aunque con el pasar del tiempo, las prácticas o las costumbres en torno a ella han cambiado a un paso agigantado, todavía es un referente ineludible en cuanto a la familia se refiere; estos grandes cambios en nuestro comportamiento frente a la televisión, tienen innumerables causas, unas mas personales o subjetivas que otras, pero ninguna como la llegada de Internet al hogar, ya que cada vez pasamos una mayor cantidad de tiempo frente a la computadora, incluso, viendo televisión en ella. ¿Cómo, entonces, afecta esto el lugar, el momento, los comportamientos y las relaciones que implica ver la televisión?

La transmutación de la televisión a nuevos medios³, y más específicamente a aquellos relacionados directamente con Internet, necesariamente supone cambios en el hogar, entendiéndose éste como la situación habitual y cotidiana de recepción televisiva,

¹ <http://www.youtube.com/watch?v=5AFasYNOifk&feature=related>

² <http://www.youtube.com/watch?v=jif0HGnebJ4>

³ Con el termino nuevos medios haré referencia a todos aquellos sistemas que sigan la caracterización propuesta por Lev Manovich, es decir, aquellos que puedan ser representados numéricamente (código digital), sean modulares, susceptibles a ser automatizados, variables y en especial, transcodificados (2001:49).

caracterización que Valerio Fuenzalida elabora en su texto: “Televisión abierta y audiencia en América Latina”. En este análisis, Fuenzalida también establece varias pautas para entender qué es lo que sucede con la audiencia y la televisión en el seno del momento en que se realiza su recepción, siendo precisamente el objetivo de este texto, intentar trasladar e integrar los elementos que propone en dicho análisis a la televisión en estos otros medios.

En primera instancia, al involucrar esta transmutación, encontramos dos aspectos que hacen que el hogar no pueda considerarse como la única situación de recepción televisiva: sus características formales y la direccionalidad de la relación entre la televisión y su audiencia.

En la relación clásica entre televisión y audiencia, Fuenzalida muy bien caracteriza al hogar como punto espacio-temporal cultural, en donde se lleva a cabo el proceso de recepción televisiva, estableciendo una relación directa y proporcional entre la presencia en el hogar y el consumo cuantitativo de televisión. Sustenta esta posición desde una investigación del consumo de televisión en Chile, donde se muestra el promedio anual de consumo, comparado con la edad de los consumidores. Fuenzalida relaciona los ciclos de vida (edades) y la presencia en el hogar, para de esta manera evidenciar un mayor consumo de la misma en los momentos en donde se supone una permanencia más alta del individuo en el hogar (2002: 47-48).

Dentro de esta misma descripción de la relación televisión-audiencia, otro elemento que cobra relevancia es el espacio-tiempo. Mcluhan, propone como características esenciales de los medios de masas, dos elementos: por una parte, la independencia entre la fuente del programa y el sistema de experimentarlo, que como ya vimos para Fuenzalida es el Hogar; y por la otra, la *simultaneidad en el tiempo*, que en este caso se refiere a la experiencia televisiva (1996:423).

Las relaciones propuestas por los nuevos medios, desterritorializan y atemporizan la situación receptiva, por ende, el hogar pierde la exclusividad del rol descrito por Fuenzalida, y desestabiliza la caracterización de Mcluhan. En primera instancia, la

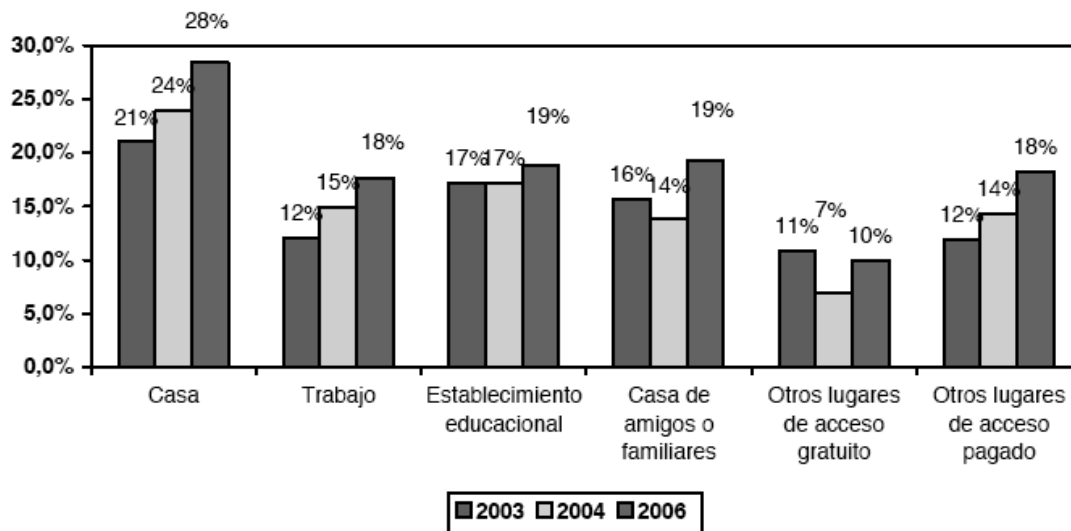
desterritorialización hace que el sistema de experimentar o de recibir la señal televisiva no sea siempre el mismo y no se efectúe siempre en el mismo contexto, en tanto que el dispositivo mediante el cual se visualiza el contenido de la señal –no pesa quince kilos y mide un metro cuadrado– ahora es portable; sea éste un celular, una *laptop*, un *pda*, incluso un *ipod*, está disponible en cualquier lugar y en cualquier momento. Lo que nos lleva al segundo fenómeno que es la atemporización que suscitan estos otros medios, la simultaneidad ya no es una característica fundamental de la televisión, ahora con las series producidas para Internet, es el espectador quien decide cómo, cuándo y dónde verlas.

Retomando la idea que Fuenzalida propone acerca de la proporcionalidad existente entre presencia en el hogar y consumo, y teniendo en cuenta la penetración constante y progresiva de Internet en el hogar como actividad que demanda cada vez más tiempo, ¿sería pertinente considerar nuevas variables en esta proporcionalidad?, ¿El tiempo que invertimos navegando en Internet lo restamos del tiempo que empleamos viendo televisión?, ¿cuánto tiempo invertimos en nuestros hogares navegando en Internet y no viendo la televisión?, ¿Si la situación receptiva no es necesariamente el hogar, en que términos puede replantearse esta proporcionalidad?.

A este respecto, el informe del WIP⁴ (World Internet Project) 2006 en Chile, arroja datos que nos pueden resultar muy interesantes, por ejemplo, el lugar donde se utiliza más Internet es en la casa (*véase figura 1.*), seguido por la casa de algún familiar o amigo, cibercafés y el trabajo (2006: 13); así mismo, señala que pareciera que Internet y TV compiten por el mismo tiempo de los usuarios, e incluso menciona que los usuarios de Internet dedican menos tiempo a ver televisión que los no usuarios (2006:20). Por último es muy interesante ver cómo en este mismo informe dentro de las actividades que realizan los usuarios de Internet al momento de navegar, aparece “mirar televisión” con un quinto lugar dentro de las tareas que se realizan simultáneamente.

⁴ <http://www.worldinternetproject.net/>

Figura 1. Lugares de uso de Internet (Porcentaje de personas que usan Internet en diferentes lugares), según año.



Fuente: Encuestas WIP-Chile. Unidad de análisis: personas de 12 a 60 años, residentes en Santiago de Chile.

Otro estudio, llevado a cabo por e-living, un tanto anterior al del WIP, propone, tocante a este tema, que el uso de Internet probablemente toma tiempo de algunas actividades como cenar o comer afuera, limpiar la casa, salir o visitar amigos, pero no necesariamente del consumo de televisión, por el contrario, podría asociarse a él, incluso lo considera como la primera opción para descansar de Internet. (Raban, p. 32).

Todo esto nos hace pensar que no necesariamente la televisión e Internet compiten entre sí por el tiempo dedicado a una o a otra actividad, por el contrario, podrían estar compitiendo por el nivel de atención que bien describe el profesor Fuenzalida cuando habla del monitoreo de la televisión -sin intentar replantear la proporción entre consumo y edad-. Acá cabría la posibilidad de evaluar la proporcionalidad en términos de atención: en la medida en que más tiempo se emplee navegando, mayor sería el índice de monitoreo de la televisión.

El otro aspecto que mencioné al proponer aquellos elementos que hacen que la situación de recepción televisiva cambie, es la direccionalidad de la relación televisión-audiencia. Con la incursión de la televisión en estos nuevos medios, se está pasando de un esquema

puramente de *Broadcasting*, en donde las señales emiten una programación constante hacia su audiencia, a un esquema en donde la audiencia selecciona, busca y determina, qué ver o dejar de ver, de una forma asincrónica; es decir, estamos cambiando de un sistema unidireccional a uno bidireccional, que incluso, en muchas ocasiones, se convierte en interactivo siendo este un motivo para otro análisis.

En la concepción tradicional de la televisión, los espectadores configuran su tiempo y espacio, en torno a la televisión, es decir, la televisión se convierte en un agente configurador del tiempo de su audiencia y esto pasa, en gran medida, porque los espectadores no pueden modificar la programación, están supeditados a lo que transmitan en ese momento y por lo cual deben ajustar aquellas variables sobre las cuales sí tienen control, para poder disfrutar de la televisión o de aquellas transmisiones que les interesen.

Esto es particularmente plausible cuando Fuenzalida se refiere a los procesos de comparación y discusión, en tanto son más conscientes y verbalizados que los demás procesos activos⁵, por ejemplo, describe cómo la audiencia realiza esfuerzos por crear un contexto específico de atención, al preparar su entorno frente al televisor o adelantar tareas pendientes, con tal de presenciar sin interferencia aquellos programas que se les presentan como altamente interesantes (2002: 66).

Algunos ejemplos cotidianos de ello los podemos encontrar en el apuro por llegar a tiempo para ver las novelas del *prime time*, el partido de fútbol o incluso, algo que hasta hace algunos años era muy común en Colombia, las apuestas familiares por la ganadora del concurso nacional de belleza.

Por otra parte, en la televisión presente en nuevos medios, el control que el espectador ejerce sobre ella es mucho mayor, adaptándola ahora, a sus tiempos y siendo él quien configura sus espacios de recepción. Por ejemplo, el creciente aumento en los usuarios

⁵ Fuenzalida identifica tres procesos que se llevan a cabo antes, durante y después de la exhibición del mensaje, estos son: sobre el género como pacto previo de lectura, el reconocimiento, identificación y proyección y por último los procesos de comparación y discusión.

suscritos a Podcast y videoPodcast, así como la creación de series directamente para este formato, tal como “Emprendedores”⁶. La cada vez mas común producción de mini series para dispositivos móviles, como es el caso de “24:Conspiracy” (FOX), o producciones seriadas para Internet de mucho menor presupuesto como “elVagoneta”⁷.

Por último, y en relación con las expectativas situacionales que Fuenzalida define como las aspiraciones que tiene la audiencia sobre lo que espera recibir de un particular espacio-tiempo cultural y que clasifica en siete categorías, a saber, aquellas dirigidas a satisfacer necesidades de compañía afectiva, de observación y anticipación virtual en el acontecer social, de descanso físico y psicológico, de entretenimiento narrativa (ficcional o realista), de autoayuda, de ventana al acontecer y referentes a la situación cultural-laboral(2002:68), encuentro que son completamente transparentes a la televisión en otros medios; cada una de esas expectativas puede aplicarse en mayor o menor medida, pero igualmente son todas válidas. Lo único que puedo concluir de ello, es que si bien, esta caracterización es extensible a otros medios, como Internet, supone que hasta cierto punto la televisión en nuevos medios deba construir nuevas expectativas situacionales que le permitan ganar espacios en tanto sean completamente particulares y diferenciadoras. ¿Cuáles serían éstas?.

⁶ La primera serie de TV distribuida en España mediante videopodcast en iTunes de Apple, según informó Europa Press.

⁷ <http://www.vxv.com/canal=ElVagoneta>

REFERENCIAS

LEV MANOVICH. 2001. The Language of New Media. MIT Press.

MARSHAL MCLUHAN. 1996. La comprensión de los medios como las extensiones del hombre, Barcelona, España : Paidós.

RABAN, YOEL. 2004. e-Living D11.1 – ICT Uptake and Usage: Panel Data Analysis, The e-Living Consortium, IST, <http://www.eurescom.de/e-living>.

VALERIO FUENZALIDA. 2002. Televisión abierta y audiencia en América Latina. Buenos Aires, Argentina : Grupo Editorial Norma.

WORLD INTERNET PROYECT (WIP) PROJECT – CHILE. 2006. Monitoreando el futuro digital: resultados encuesta WIP-Chile 2006.