UNIVERSIDAD NACIONAL DE VILLA MARIA

Biblioteca Central "Vicerrector Ricardo A. Podestá"
Repositorio Institucional

Nuevas narrativas ficcionales y transtextualidad: Las webseries en UN3TV

Año
2018

Autor
Muzart, Eric

Este documento está disponible para su consulta y descarga en el portal on line de la Biblioteca Central "Vicerrector Ricardo Alberto Podestá", en el Repositorio Institucional de la **Universidad Nacional de Villa María.**

CITA SUGERIDA
Muzart, E. (2018). *Nuevas narrativas ficcionales y transtextualidad: Las webseries en UN3TV.* 20vo Congreso REDCOM. Primer congreso latinoamericano de comunicación de la UNVM. Comunicaciones, poderes y tecnologías: de territorios locales a territorios globales. Villa María: Universidad Nacional de Villa María

Esta obra está bajo una Licencia Creative Commons Atribución 4.0 Internacional

NUEVAS NARRATIVAS FICCIONALES Y TRANSTEXTUALIDAD:
Las webseries en UN3TV.

ERIC MUZART
Universidad Nacional de Villa María

A partir de la Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual (LSCA) 26.522, sancionada en 2009, la Argentina vivió un proceso de crecimiento acelerado de la producción de contenidos audiovisuales en todo el territorio nacional debido a los fomentos estatales. Dentro de este fenómeno de la producción, la circulación era determinante, y es por esto que también se propició el surgimiento de nuevos medios en todo el país, principalmente en relación a las Universidades Nacionales. El caso más disruptivo es el de UN3TV de la Universidad Nacional de Tres de Febrero, ya que además de ser una señal de la Televisión Digital Abierta (TDA), el canal cobra fuerza en su versión plataforma web y con su canal de YouTube.

Esta naturaleza propició el surgimiento de contenidos derivados de personajes, tramas o *celebrities* de espacios nativos de la web (YouTube, Instagram, video-blogs, etc.), lo que ha generado un diálogo entre unas narrativas audiovisuales que emergen del comportamiento, los modos y las preferencias de consumo de los usuarios/espectadores en esos espacios, y aquellas narrativas más cercanas a los formatos propios de la serialidad en la TV tradicional.

Pensando estas transferencias desde el concepto de convergencia mediática de Henry Jenkins (2008) y la idea de transtextualidad (Genette), es que me propongo analizar algunos casos de series de UN3TV, que emergen en relación con formas narrativas y estéticas propias de los contenidos web definidos por las posibilidades y tendencias de las redes sociales y sus modos de intercambio y circulación del audiovisual, sus personajes, sus temáticas y sus usuarios.

Pantallas coexistentes

Tal como lo define Henry Jenkins (2008) existe una ***convergencia mediática***, donde conviven los viejos medios con los nuevos, lo cual genera una cultura participativa que deriva en una inteligencia colectiva tanto para la producción de contenidos como para su circulación. En ésta forma que adopta la cultura a partir de los nuevos medios, se unifican

las redes de transporte de la información y la digitalización (Ferrer, 2010), y se rompe con el modelo unidireccional de la televisión tradicional.

A partir de esto es que la Web 2.0 genera un modo de producción socialmente distribuido, que a partir de las herramientas y los hábitos de consumo de contenidos propios de los nuevos medios propician la construcción de redes alternativas de difusión y el surgimiento de formatos audiovisuales donde coexisten formas, estéticas y relatos característicos de plataformas diversas, permitiendo expansiones narrativas, interacciones y colaboraciones de la audiencia.

La circulación de ficción audiovisual seriada en la web se inicia con la decisión de muchas emisoras televisivas de compartir sus contenidos en sus sitios para que puedan ser visualizados online, pero sin un desarrollo específico y acorde a los hábitos de los nuevos consumidores que navegan estos espacios.

Esta búsqueda de convergencia ponía en tensión unos hábitos sociales fuertemente arraigados en los dispositivos analógicos del pasado, y al mismo tiempo intentaba generar una pronta adaptación a los cambios sociales y comunicacionales de las últimas décadas. Pero estas lógicas y hábitos de consumo del audiovisual ya estaban en marcha desde Internet y su propia configuración, lo cual derivó en una cultura basada en la demanda. Es decir, que los espectadores/usuarios impusieron una lógica del *always on* que vino a desplazar notablemente la antigua dinámica del flujo de programación televisiva y del multicanal, ya que los formatos multiplataforma o nativos de la web que se adaptan a estos estilos de consumo acordes a nuevas formas de vida y socialización con la producción cultural establecen una experiencia inmediata y casi a la carta (José María Álvarez Monzoncillo, 2011).

Desde esta modalidad de producción de contenidos audiovisuales, donde las dinámicas y formas de consumo de los espectadores determinan nuevos formatos y medios de circulación, es que surgen contenidos de ficción (y de no-ficción) relacionados con otros espacios de circulación y producción de la web no televisivos: redes sociales (Instagram, Facebook, Twitter) y blogs (vlogs, YouTube). Características propias de estas redes y plataformas, donde los usuarios circulan de manera constante, se transfieren a los formatos audiovisuales en una lógica de convergencia donde se reconocen dos categorías en sus estrategias de producción: propagación y expansión. La primera es entendida como una

forma de resonancia y retroalimentación de los contenidos, es decir un contenido repercute o reverbera el otro, colaborando para mantener el interés, la implicación y la intervención creativa del consumidor de medios en el universo propuesto, poniéndolo en agenda entre otros destinatarios o en otras instancias, constituyendo comunidad de intereses (Fechine et al., 2013, p. 33). Por su parte, la estrategia de expansión hace referencia al aumento de los universos narrativos más allá de la plataforma principal, creando historias interdependientes, pero dotadas de sentido si se las considera aisladamente. En síntesis, corresponden a "desbordamientos del universo narrativo a partir de la oferta de elementos dotados, por un lado, de una función lúdica y, por otro, de una función narrativa propiamente dicha" (Fechine et al., 2013, p. 34).

A estos contenidos se le suman los contenidos producidos por los usuarios que suelen circular por fuera de las estrategias de producción de los medios digitales y, consecuentemente, escapan más fácilmente a los intentos de control enunciativo. Pero los productores "formales" de contenidos también conciben estrategias capaces de pautar, dentro de ese universo discursivo, las temáticas/abordajes de sus intereses, inclusive en aquellos espacios e instancias no oficiales, donde no pueden imponer sus reglas u ordenamientos.

Intercambios y transtextualidad en los nuevos formatos

Las coexistencias y cruces entre medios y contenidos se visibiliza en una convergencia comunicativa, que se manifiesta en las hibridaciones que se expresan a nivel de los contenidos y narrativas (Ramon Salaverría en Carlos Scolari: 64). Ya que, como lo propone Jenkins (2008), la convergencia plantea un flujo de contenido a través de múltiples plataformas mediáticas, la cooperación entre múltiples industrias mediáticas y el comportamiento migratorio de las audiencias mediáticas, dispuestas a ir casi a cualquier parte en busca del tipo deseado de experiencias de entretenimiento. «Convergencia» es una palabra que logra describir los cambios tecnológicos, industriales, culturales y sociales en función de quienes hablen y de aquello a lo que crean estar refiriéndose (p. 14).

Estas cooperaciones, migraciones e hibridaciones se manifiestan en las propuestas estéticas, temáticas y formas narrativas de los nuevos contenidos; y en ese sentido se percibe una transtextualidad constante. Genette, en su obra *Palimpsestos* (1989), estableció cinco tipos

de relaciones transtextuales. La primera, denominada intertextualidad, se refiere a la presencia de un texto en otro texto, por ejemplo, una cita, un plagio, una alusión. La segunda relación es la del texto con sus paratextos, o sea, con los títulos, subtítulos, intertítulos, prefacios, epílogos, y demás partes, que en todo caso plantean un entorno al texto, del que el lector no puede prescindir. La tercera relación es la metatextualidad, generalmente denominada comentario, que une un texto a otro que habla de él sin citarlo o sin nombrarlo.

El cuarto tipo de transtextualidad, la más importante en términos de su aplicación a la construcción de los textos, la denomina hipertextualidad. Implica la relación entre un texto A, al que denomina hipotexto, y un texto B, al que llama hipertexto. Entre ambos existe una relación transformadora, pues el texto B se basa en el A, imitándolo de tal modo que lo transforma.

El quinto tipo es la architextualidad, que corrientemente se identifica con el género al que pertenece un texto, que puede estar o no declarado por el texto, y hace que el lector asuma una percepción genérica que orienta el "horizonte de expectativas" del lector. Estas relaciones que se establecen entre textos, son un parámetro para comprender la convergencia comunicativa y los contenidos que de ella surgen, permite pensarlo como fenómeno narrativo, e incluso pensar en un procedimiento de transnarración.

La ficción de las redes: sujetos cotidianos e *influencers*

El uso de los medios digitales y las redes sociales pone al descubierto una serie de estrategias para la creación y circulación de contenidos producidos por los propios usuarios que en definitiva significa una mediatización de los eventos cotidianos de cada persona. Tal como lo expresa Lev Manovich en *The Practice of everyday media life* (2008), la evolución de los medios a medios sociales (*media* to *social media*) denota un fenómeno posible gracias a las nuevas plataformas web gratuitas y herramientas de diversos softwares libres que permiten a los usuarios compartir y acceder a contenidos propios y de otros, donde se registran situaciones de su vida cotidiana o recreadas en la cotidianidad.

Muchos de estos contenidos se producen desde una puesta en escena pensada, donde los usuarios cotidianos se convierten en actores de una "cotidianidad ficticia" y en muchos casos, abandonan el espacio habitado cotidianamente para construir un contenido de mayor

complejidad. La construcción de lo ficcional en la web, y principalmente en las redes sociales, suele responder a las posibilidades técnicas de almacenamiento y difusión que proponen las diferentes plataformas: duración, código narrativos disponibles (textos sobreimpresos, filtros, funciones), accesibilidad. Al mismo tiempo, responde a las comunidades de usuarios que se apropian de las mismas, sus edades, sus usos y hábitos de consumo de contenidos en la web.

Es decir, que la ficción que se genera desde la redes y a partir de sus usuarios, responde a una lógica en constante transformación, al ritmo del surgimiento de nuevas posibilidades digitales y el acceso a las mismas. En consecuencia, quienes la producen, protagonizan y difunden, construyen una identidad donde lo cotidiano privado se transforma en público y pasan a ocupar un rol de influencia (*influencers*) en las comunidades que se construyen alrededor de cada nueva red social. Como un devenir irremediable, estas personas transformadas en personajes migran de las plataformas digitales novedosas a, incluso, los medios tradicionales con sus estructuras narrativas más reconocibles (series o webseries) y se produce una convergencia evidente no solo en lo mediático si no en lo narrativo.

Las ficciones de UN3TV: de la web a la web

El canal UN3TV surge del impulso y el marco definido por la Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual que propuso una democratización en la producción y circulación de contenidos audiovisuales, impulsando principalmente a las universidades nacionales a desarrollar e instalar sus propias emisoras. En el caso de la Universidad Nacional de Tres de Febrero, la particularidad se instala a partir de lanzar la primera señal que no solo tendría alcance nacional a través de la plataforma de la Televisión Digital Abierta o al incluirse en la grilla de los cableoperadores del territorio nacional, sino que desarrolla una plataforma web a través de la cual se puede acceder de manera libre y gratuita a todos sus contenidos. Esto permite la visualización vía streaming y a demanda, donde cada espectador arma su propia grilla partir de sus propios hábitos a la hora de ver televisión, y es esta forma de pensar el acceso a sus producciones la que define la forma de las mismas. La Universidad Nacional de Tres de Febrero, dentro de su oferta académica y en el campo de la investigación, presenta propuestas y líneas de trabajo que abordan la innovación en las artes a de las nuevas tecnologías, la comunicación y el diseño

multimedia, lo cual en cierto punto es la base para el proyecto de su canal.

La mayoría de los contenidos que se alojan en la plataforma digital de UN3TV y que conforman su grilla de programación, son formatos de webseries de ficción y de no-ficción, para cuya producción la universidad facilita recursos a productoras independientes jóvenes que buscan desarrollar contenidos que se presentan como una propuesta novedosa desde su estética y su narrativa, en relación a otro tipo de contenidos audiovisuales seriados para televisión.

Hay un gran porcentaje de ficciones seriadas (Por ej. *Un año sin amor, Tiempo Libre, Depto*) que adoptan el formato de webserie tradicional definido por Hernández. Presentan estructura narrativa lineal, sin capacidad de expansión o modificación de los universos a través de la intervención de los usuarios/espectadores, la duración de cada capítulo no suele exceder los 10 minutos, son elencos pequeños, la trama se desarrolla a partir de pocos personajes y en escasas locaciones. Pero también aparece una fuerte vinculación con otros espacios y formas de relato audiovisual en la web: los videoblogs o "personalidades" reconocidas a partir de éstos. Algunos de estos formatos están relacionados con el docu-reality como es el caso de *Pick up the fork*, el contenido de un blog sobre viajes y gastronomía es convertido en una serie de microprogramas protagonizados por la misma blogger. Con características similares, surgen formatos que en la plataforma se denominan "existenciales" y que oscilan entre la ficción y la no-ficción, por lo general desde lo humorístico. En esta categoría se destacan *Un mundo horrendo* y *Dilemas Existenciales* del actor Esteban Menis, cuyas temáticas y tono humorístico pueden ser percibidas como extensiones de los contenidos que el protagonista genera en sus redes sociales, principalmente en Instagram (formato de video y stories), con hibridaciones del sketch, el docu-reality, la webserie y hasta el standup.

En otros casos son ficciones que se valen de personalidades reconocidas en el mundo de los contenidos audiovisuales para web como es la webserie *Mundillo* escrita y protagonizada por la youtuber Malena Pichot, o *Cumbia Nena* que surge desde la propuesta de dos youtubers que realizan video de covers acústicos de canciones reconocidas de la cumbia argentina.

Dentro de las ficciones, un caso particular es el de la webserie Retwittube, donde el contenido de la red social Twitter se transforma en breves capítulos ficcionales disparados

por distintos twits de usuarios. Teniendo en cuenta las estrategias de producción en la convergencia mediática, se puede ubicar a contenidos como *Un mundo Horrendo*, *Dilemas Existenciales*, *Cumbia Nena*, *Mundillo* o *Pick up the fork* en la categoría de propagación, y pensarlos como contenidos reformados, donde se transfieren personalidades o influencers de distintas redes sociales para generar un nuevo contenido asociado a su imagen y su estilo instalado en las producciones que vienen generando y que cuentan con gran cantidad de usuarios/espectadores (los cuales también se transfieren). El contenido de los relatos, el tono y sus protagonistas son elementos que se extrapolan en nuevos formatos que pueden expandir el universo narrativo de los contenidos que circulan por sus redes sociales o generar algo completamente nuevo pero que permanece claramente asociado en la convergencia de las plataformas y nuevos medios.

Pensándolos también desde la categoría de expansión, contenidos como *Retwittube* o *Cumbia nena* presentan características en sus relatos audiovisuales que pueden visualizarse como extensiones narrativas y diegéticas (en el segundo caso, principalmente). La primera, de acuerdo a su formato, propone la extensión de un relato con la forma específica que determina una red social a un relato audiovisual que incluso puede ampliar el contenido desde sus elementos narrativos y estéticos propios: un tweet de 140 caracteres aproximadamente es el disparador de un capítulo de webserie de casi cinco minutos de duración. Cumbia nena apela a la transformación del universo que construyen las protagonistas a través de su canal de YouTube para desarrollar una diégesis en una ficción donde se produce un cruce entre su vida real como artistas y una historia que mantiene muchos de los elementos que las identifican pero que claramente propone la representación de un relato de ficción, en una construcción incluso colaborativa con los usuarios/espectadores.

A modo de conclusión

Estos cruces, coexistencias e hibridaciones permiten percibir una clara convergencia de medios, pero también una serie de procesos de *transnarración* que atraviesa no solo las formas de consumo y los formatos si no también el abordaje de los géneros audiovisuales, las estéticas y los argumentos, en el desarrollo de temáticas de las webseries, los personajes, el vocabulario y otros elementos narrativos que se piensan para un

usuario/espectador con un consumo cultural diverso pero al mismo tiempo ya habituado a la dinámica híbrida, hiperactiva y multiplataforma de la web.

La coexistencia de medios tradicionales y nuevos medios implica una transferencia de formas narrativas y estéticas que se materializa en los elementos compartidos entre los contenidos que circulan en los mismos. Ya casi abandonando un comparativo con la televisión tradicional, sino que la transtextualidad se genera desde la web hacia la misma web, con la diversidad de sus formatos, las especificidades de las redes sociales y sus formas de producción y circulación de contenidos audiovisuales. En este sentido, la webserie comienza a considerarse, hasta cierto punto, como “lo tradicional”, que se ve atravesado por múltiples formas y estrategias propias y distintivas que comienzan a ser imitadas, articuladas o absorbidas tanto desde la ficción como desde la no-ficción. La presencia de unas formas narrativas y estéticas dentro de otras se ha vuelto una estrategia para, tal vez, generar una sensación de continuidad en el consumo de contenidos audiovisuales para los nuevos usuarios/espectadores, cuyas formas de "ver" en el minuto a minuto de sus días está mayormente asociado a las modalidades que toma el audiovisual en las redes sociales. Como postula Manovich, lo que antes en los usuarios era efímeo, transitorio, inmaterial e invisible se vuelve permanente, material y visible a través de las nuevas plataformas y sus herramientas ilimitadas, a partir de las cuales los usuarios se documentan y ficcionalizan su vida cotidiana generando nuevos contenidos, nuevas convergencias mediáticas, e incluso nuevas formas en la ficción seriada.

Bibliografía

- Jenkins, H. (2008). *Convergence culture*: La cultura de la convergencia de los medios de comunicación. Barcelona: Paidós. - Scolari, C.A. (2013). *Narrativas transmedia*: cuando todos los medios cuentan. Barcelona: Deusto – Planeta.

- Orozco Gómes, G. / Vasallo de Lopes, M. I. (2014). *Estrategias de producción transmedia en la ficción televisiva*. Porto Alegre: Obitel - Globo. - Cardona Sepúlveda, E. / Suárez Quiceno , C. (2016). *Transmedia Litearcy e Intertextualidad*. Medellín: Fondo Editorial Luis Amigó.

-Manovich, Lev (2009). The practice of everyday (media) life. *From Mass Consumption to Mass (Cultural) Production.* Critical Inquiry, Vol. 35, No. 2, pp. 319-331.