

PROYECTO DE GRADUACION

Trabajo Final de Grado

La cinematografía de la televisión

La resignificación del discurso audiovisual televisivo contemporáneo

Alejandro A. Totaro

Cuerpo B del PG

13-12-2012

Comunicaciones Audiovisuales

Ensayo

Medios y estrategias de comunicación

Agradecimientos

El presente proyecto es el logro de un trabajo en conjunto, que se inició hace años, por un interés propio y que fue tomando forma gracias a la ayuda desinteresada de muchos amigos.

En primer lugar quiero darle las gracias a mi familia y amigos, quienes desde siempre me honraron con su cariño y confianza. Principalmente, a Solana Hernández, fuente motivadora durante la trayectoria de mi carrera y el desarrollo de este trabajo.

A cada uno de mis profesores de la Universidad de Palermo, por sus enseñanzas y consejos, en especial a Alfredo Marino, cuyo criterio fue esencial en el desarrollo del presente documento, así como la previsión para revelar el potencial del trabajo y creer en él. También, a Vanesa Hojemberg y Alessandra Lisama, por su gran voluntad en leer el trabajo repetidas veces, generar reflexiones acerca de los temas, sus consejos de cómo abarcarlos y el valor que ha obtenido el escrito gracias a esto.

Índice

Introducción	1
Antecedentes	7
1. Evolución del medio y la nueva edad dorada televisiva	11
1.1. La primera edad dorada televisiva	12
1.2. La segunda edad dorada	12
1.3. La nueva edad de oro	15
1.4. El ecosistema televisivo	21
1.5. La industrialización de la TV	23
1.6. La revolución televisada	26
2. MRC-TV (modelo de representación contemporáneo)	29
2.1. Televisión de calidad o buena televisión	29
2.1.1. Calidad comercial	31
2.2. El discurso audiovisual	33
2.3. Aspectos formales y los códigos audiovisuales	34
2.3.1. La cámara y fotografía	36
2.3.2. <i>Mise-en-scène</i>	38
2.3.3. La televisualidad	40
2.3.4. Análisis de imagen en <i>Game of Thrones</i>	42
2.3.5. El sonido televisivo	48
2.4. La serialización y el formato televisivo industrial	52
2.5. Estructuras narrativas alternativas	57
2.5.1. Estructuras alternativas secuenciales	57
2.5.1.1. Estructura secuencial en paralelo	58
2.5.1.2. Estructura secuencial lineal	58
2.5.1.3. Estructura secuencial no lineal	59
2.5.2. Protagonistas múltiples	59
2.6. La inversión de roles en el MRC	60
3. Cable Vs. Networks Vs. Auteur Cinematográfico	63
3.1. La ruptura del cable	63
3.2. <i>Showrunner</i>	65
3.3. El <i>auteur</i> cinematográfico	67
3.4. La reinención simbólica de la nueva TV a través del contenido	69
3.4.1. Personajes complejos	70
3.5. Temáticas y estilo audiovisual	72
3.5.1. Sexo y violencia en <i>Game of Thrones</i>	75
3.6. La búsqueda de una identidad	78
3.7. Análisis de los créditos televisivos	81
3.7.1. <i>Game of Thrones</i>	83
3.7.2. <i>Homeland</i>	85
3.7.3. <i>The Newsroom</i>	89
3.7.4. <i>Veronica Mars</i>	91

4. Tecnología y Formato	93
4.1. Montaje y FX	94
4.2. Distribución	97
4.3. Hibridación de medios y la evolución socio-tecnológica	99
4.4. La nueva media	103
5. Tendencias Cinematográficas	108
5.1. Renacimiento de los géneros clásicos	108
5.1.1. La reinención del <i>neonoir</i> en <i>Veronica Mars</i>	109
5.2. Hipertextualidad y la televisión referencial	112
5.2.1. Hipertextualidad interna	115
5.2.2. Hipertextualidad cruzada	116
5.2.3. Hipertextualidad externa	118
5.3. El espectador de cine y TV	120
5.3.1. El espectador culto	122
5.4. La construcción de la realidad	124
Conclusión	130
Referencias bibliográficas	
Bibliografía	

Introducción

La televisión norteamericana ha sufrido un cambio significativo en cuanto a los elementos que componen su sistemas estructurales, narrativos y expresivos. La última década ha sido fructífera en la consolidación de un modelo de representación que, con grandes influencias y tendencias cinematográficas, logra un aumento cualitativo que cambia por completo el concepto de la televisión; ya no es tan solo un elemento visual y masivo para reunir a la familia en el hogar. En la actualidad, se manifiesta una *cinematograficación* de la televisión. Este fenómeno altera al medio en todo aspecto, desde la producción audiovisual del mismo, los roles que intervienen, el formato televisivo en sí y la percepción del público. La evolución tecnológica ha servido como punto de partida de este desarrollo, alcanzando un nivel expresivo que lo equipara con las producciones cinematográficas. El presente proyecto evidencia la consolidación de un modelo de representación contemporáneo que surge en la televisión norteamericana en la última década a partir de determinadas obras.

La actualidad del fenómeno es uno de los aspectos más interesantes de explorar. La televisión es un medio complejo y elusivo, en constante cambio debido a la directa interacción que ha alcanzado con el público. Desde su inepción a fines de la década de los cincuenta, se ha convertido en un medio altamente comercial, girando su programación en torno a situaciones publicitarias que intentan conquistar aquel periodo de consumismo. La falta de lenguaje propio, mas allá del establecido por las agencias comerciales y el monopolio que mantenían las tres cadenas principales (NBC, ABC, CBS), ha tenido repercusiones en su evolución como forma de arte audiovisual, canal de expresividad y creatividad. Los contenidos genéricos que responden, como reflejo, a la realidad de aquella época genera un desfase con las innovaciones cinematográficas dadas a partir de eventos específicos, como la Segunda Guerra Mundial, la caída del *Studio System* y el estudio académico y

teórico sobre el lenguaje audiovisual. Es en la última década que, a partir de aspectos de esquematización de la industria, lingüísticos, de contenido y tecnológicos, la televisión retoma aquellas características propias y, con una gran influencia cinematográfica, establece una serie de códigos y estilos pertinentes a través de diversas obras, canales y *networks*.

Definitivamente, el proyecto mantiene un vínculo directo con el área de estudio de la comunicación audiovisual. Utilizando herramientas y conceptos básicos de análisis para fragmentar los aspectos formales previamente mencionados, atribuir un mayor entendimiento de un concepto cuya comprensión puede resultar como gran herramienta para futuros proyectos audiovisuales. A través de este trabajo, el cual se inserta dentro de la categoría de ensayo, se presenta la posibilidad de desglosar ciertos elementos, recortar el tema y explicar y contrastar cada uno individualmente, para luego generar una síntesis que contenga a la obra como una unidad total. El proyecto se encuentra enmarcado dentro de la línea temática de medios y estrategias de comunicación. La reflexión y crítica del tema permite abordar conceptos nuevos mientras se refuerzan aquellas perspectivas y enfoques basadas en otros textos. En sí, esta metodología resulta una eficaz manera de desarrollar un pensamiento involucrando diversos instrumentos de análisis, la descomposición de un corpus de series televisivas y una organizada forma de abordar la totalidad del objeto de estudio. Por último, el planteamiento de objetivos, problemática y organización de “La cinematograficación de la televisión” presenta una manera accesible para lectores de diferentes disciplinas, habilitando alcance y comprensión para aquellos interesados en otros aspectos del área de estudio, como la sociología, tecnológica, económica o la cultura general.

Desde una mirada reflexiva y crítica, se analiza el siguiente corpus de series, que contiene obras contemporáneas significativas en cuanto a la evolución del lenguaje televisivo, ubicadas dentro de la categoría de las denominadas dramas

serias: *Homeland* (Gordon y Gansa, 2011), *Game of Thrones* (Weiss y Benioff, 2011) *Awake* (Killen, 2012), *Nikita* (Silverstein, 2010), *Veronica Mars* (Thomas, 2004), *The Newsroom* (Sorkin, 2012) y *One Tree Hill* (Schwahn, 2003). Se realiza un análisis de contenido y de los textos televisivos, basándose en la lingüística, semiótica, narratología, e iconografía. El concepto general del análisis es evidenciar las estructuras discursivas, análisis del lenguaje audiovisual, destacando los elementos correspondientes al lenguaje cinematográfico, las estrategias comunicativas, los aspectos formales y la relación tecnológica para manifestar la consolidación de un modo de representación contemporáneo.

La cinematograficación de la televisión, fenómeno que ha aproximado al cine y la TV, es un factor cada vez más evidente en la actualidad. Si bien ciertos aspectos de los dos modelos permanecen íntegramente propios y únicos, existe una indudable influencia del cine en la televisión. Más notablemente, en cuanto a su modelo de producción, las figuras más importantes como el productor y el director y su intervención, su registro en sí, en donde se obtiene un resultado más comprometedor con un enfoque marcado sobre cierta temática y estética visual.

Los medios audiovisuales a lo largo de la historia han jugado un rol importantísimo en relación a las diversas realidades que se representan en la sociedad actual. La televisión es un medio que se mantiene producido en serie como el cine clásico Hollywoodense, en donde el molde en el cual se basa se ha deformado, brindando cientos de posibilidades de contar historias con nuevos límites y parámetros. El desarrollo de sus historias a lo largo de un determinado periodo del tiempo logra una exitosa relación personaje-espectador y es uno de los pocos medios que presenta un *feedback* de su público instantáneo. Estos son algunos de los elementos que se diferencian de la producción cinematográfica. En la actualidad se aproxima cierta complicidad entre ambos medios, distanciándose de la antigua concepción de estos como competencia. Se aprovechan recursos para seguir

contando historias exitosas, y es en este entonces donde se encuentra el núcleo del mensaje televisivo; en algunas instancias, como una extensión del mundo cinematográfico.

Por otro lado, el marco teórico puesto en función a este desarrollo académico consiste en explicar fenómenos y teorías que se expresan en las obras seleccionadas. Asimismo, en la actualidad, la evolución tecnológica ha modificado no solamente al emisor del mensaje sino que al receptor, en donde los nuevos códigos establecidos deben ser reconocidos para formar una unidad compleja y completa, satisfactoria para el espectador. La cinematograficación del modelo televisivo se puede apreciar como una respuesta a un público constantemente cambiante, pero ya entrenado en el hecho de ver cine.

Por otro lado, la evolución del formato de producción también altera la recepción del espectador desde un punto de vista que supera al narrativo y de contenidos. La codificación del mensaje en televisión ha tenido un diseño desde su origen cuya funcionalidad es diferente en comparación con el lenguaje cinematográfico. La televisión es un medio diseñado para estar en la casa, en donde la familia se junta su alrededor. En la actualidad, este concepto sigue existiendo, pero se ha extendido. De alguna forma se mantiene intacto su espacio físico y mental en el espectador pero ha obtenido matices cinematográficas que extienden a ambos medios.

Los contenidos televisivos se han filtrado en las redes sociales y en el mundo del internet en donde se crea una extensión de un mismo material, como son las web series o los *webisodes*, capítulos de una serie en particular protagonizados por personajes de la misma para ser vistos en internet. Este aspecto también está relacionado con los cambios a través de la influencia cinematográfica, ya que se respetan dichos aspectos formales en base a una comunicación que habla a todo tipo de espectador. La televisión ya no es competencia al cine, como lo ha sido en

sus comienzos, sino que con dichas influencias, se ha transformado cómplice de aquel medio, por lo que su unión temática y formal también impacta a la percepción del espectador. Al utilizar un lenguaje audiovisual sistemáticamente organizado desde la consolidación de la industria cinematográfica el espectador no requiere capacitación sobre la evolución del medio, por lo que sucede de forma automatizada a través de la familiaridad que ya se ha instaurado.

Esta complicidad entre el cine y la TV también gestiona un canal bidireccional de contenido referencial y de influencia. La obra audiovisual contemporánea propone elementos narrativos revalorizados, basándose en la hibridación de géneros, unidos por la convergencia de medios. Por último, la separación de los recursos plenamente televisivos marca la diferencia, destacando las características que ha generado una ruptura en el lenguaje audiovisual, proporcionando un discurso propio; utilizando la cinematograficación para re-significar sus valores, innovar sus estrategias tecnológicas y desmoralizar sus personajes, generando otro tipo de identificación que reinventa el contenido televisivo.

A continuación se hace mención a los capítulos que forman parte del estudio. En el primer capítulo, Evolución y la nueva edad de oro, se ponen en evidencia aquellos conceptos claves que expresan el aumento significativo de calidad en cuanto al contenido televisivo en la última década en la televisión norteamericana serializada. La manifestación de una edad de oro a partir de estos aspectos que equipara la producción cinematográfica en varios niveles. El segundo capítulo, MRC-TV (Modelo de Representación Contemporáneo), se analiza el nuevo lenguaje televisivo. Se describe cada aspecto que consolida un nuevo modelo de representación en cuanto al lenguaje televisivo con una gran influencia del mundo cinematográfico. Asimismo, los elementos propiamente televisivos, analizando un grupo de series para ejemplificar cada manifiesto a través de sub-temas. Por otro lado, el tercer capítulo, Cable vs. networks vs. *auteur* cinematográfico expone la

diferenciación entre las estructuras sistemáticas que producen contenido televisivo en cuanto a sus métodos operativos y organización empresarial. Este trata la relación entre la influencia que cada sistema impone en sus creaciones y la figura del *auteur* que se destaca del mundo del cine. El cuarto capítulo, Tecnología y formato, demuestra la evolución de la tecnología y su gran influencia sobre el desarrollo de la televisión como sistema. Por último, el quinto capítulo, Tendencias y modelos cinematográficos, manifiesta los modelos representativos propiamente cinematográficos y su trascendencia a la pequeña pantalla. La recolección de todo tipo de aspecto formal, profesional, social o cultural que se manifiesta en la nueva era televisiva.

Por último, el surgimiento de nuevos estudios de contenidos transforman al programa televisivo en un producto multimedia, con capacidad de adaptarse a cualquier formato y reproducirse en pantallas ajenas a la televisiva. El factor social de la televisión se reintegra al ecosistema. El televidente, por otro lado, asume un rol mucho más involucrado con el contenido, convirtiéndose en un fanático, o culto, que consume televisión y la alimenta a través de propias adaptaciones o manipulaciones sobre programas pre-existentes. Estos son tan solo un fragmento de la unidad compuesta que consolida al nuevo modelo de representación teorizado en el presente trabajo, en donde, como la misma televisión, la reflexión sobre su pasado proporciona su futuro.

Antecedentes

Morini, I. (2012). *El tren que pasó por el litoral*. Buenos Aires: Centro de Estudios en Diseño y Comunicación. Facultad de Diseño y Comunicación. Universidad de Palermo.

Disponible en:

http://fido.palermo.edu/servicios_dyc/proyctograduacion/detalle_proyecto.php?id_proyecto=514&título_proyectos=El%20tren%20que%20pas%F3%20por%20el%20Litoral

El proyecto profesional desarrolla un documental en donde se evidencia el desarrollo de los pueblos del litoral Argentino como consecuencia del tren que recorre la región hasta la década de los 80. El trabajo ha sido una fuente de información debido a que se plantea un documental para la televisión por cable, identificado diferentes tipos de televisión, ya sea satelital, de cable, abierta, o digital, desde la composición de la señal hasta su distribución, teniendo al documental, una obra más bien cinematográfica, como punto de partida cuyas técnicas audiovisuales se transmiten por televisión.

Pérez, M.L. (2012). *La televisión y la discapacidad*. Buenos Aires: Centro de Estudios en Diseño y Comunicación. Facultad de Diseño y Comunicación. Universidad de Palermo

Disponible en:

http://fido.palermo.edu/servicios_dyc/proyctograduacion/detalle_proyecto.php?id_proyecto=541&título_proyectos=La%20televisi%F3n%20y%20la%20discapacidad

El proyecto profesional propone un programa televisivo que destaca a un grupo de personas con discapacidades físicas, otorgando un punto de vista para eliminar el prejuicio sobre sus limitaciones. El trabajo está destinado para la televisión digital, por lo que el recorrido por la revolución tecnológica, así como la hibridación de géneros, refuerzan las temáticas en el ensayo a desarrollar.

Fernández, I. L. (2011). *Hable ahora*. Buenos Aires: Centro de Estudios en Diseño y Comunicación. Facultad de Diseño y Comunicación. Universidad de Palermo

Disponible en:

http://fido.palermo.edu/servicios_dyc/proyectograduacion/detalle_proyecto.php?id_proyecto=436&título_proyectos=Hable%20ahora.

Basado en la obra de teatro Hable Ahora, el trabajo categorizado dentro de expresión y creación, plantea la convergencia entre el cine y el teatro, realizando un recorrido histórico de cada ámbito, atravesando la nueva era digital y sus posibilidades. Se destaca la convergencia, ya que propone la influencia, reconfiguración, y las similitudes entre dos medios cuyas características son muy diversas.

González, E. (2011). *Identificación y espectador en el nuevo cine argentino*. Buenos Aires: Centro de Estudios en Diseño y Comunicación. Facultad de Diseño y Comunicación. Universidad de Palermo

Disponible en:

http://fido.palermo.edu/servicios_dyc/proyectograduacion/detalle_proyecto.php?id_proyecto=151&título_proyectos=Identificaci%F3n%20y%20espectador%20en%20el%20nuevo%20cine%20argentino.

El ensayo parte de la teoría de Lector Modelo de Umberto Eco, analizando los aspectos psicológicos, de percepción, e identificación, que realiza el espectador cinematográfico en cuanto al texto narrativo. Es de interés debido a que se basa en el nuevo cine argentino, cuyas características contemporáneas se analizan y desglosan en base al tema escogido. Asimismo, se analizan los conceptos fundamentales del cine en cuanto a percepción, lo cual categoriza y divide al espectador cinematográfico del televisivo, o cualquier otro medio de comunicación y entretenimiento.

Kirchman B., E. G. (2011). *Luz, Cámara... Bush!*. Buenos Aires: Centro de Estudios en Diseño y Comunicación. Facultad de Diseño y Comunicación. Universidad de Palermo

Disponible en:

http://fido.palermo.edu/servicios_dyc/proyectograduacion/detalle_proyecto.php?id_proyecto=182&título_proyectos=Luz,%20C%20E1mara%85%20Bush!

El ensayo se enfoca en el aspecto político de las producciones cinematográficas de Hollywood, estableciendo una relación con la influencia cultural

que se produce a través de la ideología planteada por la industria, y cómo afecta a la cultura latinoamericana a través de su exhibición. El trabajo es importante ya que es una mirada crítica y reflexiva sobre el cine Hollywoodense, analizando aspectos sociales, culturales, y políticos que resultan en un entendimiento de la construcción ideológica, a partir de diferentes aspectos de la producción cinematográfica, del filme Hollywoodense.

Díaz I., S. J. (2010) *La personificación del imaginario*. Buenos Aires: Centro de Estudios en Diseño y Comunicación. Facultad de Diseño y Comunicación. Universidad de Palermo

Disponible en:
http://fido.palermo.edu/servicios_dyc/proyectograduacion/detalle_proyecto.php?id_proyecto=693&título_proyectos=La%20personificaci%F3n%20del%20imaginario

Basándose en los personajes del cine de autor, el proyecto profesional analiza los inicios de cine desde un aspecto artístico, cultural e industrial, relacionando a los estudios de psicoanálisis de Freud y el sello autoral. Se plantea la verosimilitud a partir de la construcción del personaje, así como la identificación del público. El componente clave del trabajo es cómo se involucra la disciplina de la psicología y la construcción del personaje, analizando tendencias del mundo cinematográfico así como la política del autor y lo que implica la marca autoral.

Prado, R., J. C. (2012) *Estética y percepción del color*. Buenos Aires: Centro de Estudios en Diseño y Comunicación. Facultad de Diseño y Comunicación. Universidad de Palermo

Disponible en:
http://fido.palermo.edu/servicios_dyc/proyectograduacion/detalle_proyecto.php?id_proyecto=517&título_proyectos=Est%20y%20percepci%F3n%20del%20color

El ensayo trata el proceso de postproducción del color en medios audiovisuales, analizando la importancia del color y el tono como efecto determinante en la construcción de atmósferas y estéticas. El trabajo analiza obras cinematográficas contemporáneas y trata los procesos de postproducción actuales,

haciendo un acercamiento al ámbito profesional y evidenciando un rol importante que supera la etapa de rodaje de una obra audiovisual que tiene tanta influencia como cualquier otro del equipo técnico y creativo.

Marchetti, Y. A. (2012). *Cul de Sac, una nueva experiencia*. Buenos Aires: Centro de Estudios en Diseño y Comunicación. Facultad de Diseño y Comunicación. Universidad de Palermo

Disponible en:

http://fido.palermo.edu/servicios_dyc/proyectograduacion/detalle_proyecto.php?id_proyecto=495&título_proyectos=Cul%20de%20Sac,%20una%20nueva%20experiencia

El proyecto profesional, proviniendo de la carrera de publicidad, analiza una campaña publicitaria empleada por una empresa, atravesando las diferentes estrategias de marketing para crear una comunicación exitosa. Si bien el trabajo apunta al diseño y la publicidad, analiza aspectos comunicacionales contemporáneos, así como el contexto de la campaña, en donde se manifiestan nuevas estrategias comunicacionales que responden a los cambios sociales y del mismo marketing de la actualidad.

Chong, S., R. D. (2010). *Directores contemporáneos el estilo de sus obras quiebra con lo clásico*. Buenos Aires: Centro de Estudios en Diseño y Comunicación. Facultad de Diseño y Comunicación. Universidad de Palermo

Disponible en:

http://fido.palermo.edu/servicios_dyc/proyectograduacion/detalle_proyecto.php?id_proyecto=828&título_proyectos=Directores%20Contempor%20neos,%20el%20estilo%20de%20sus%20obras%20quiebra%20con%20lo%20cl%20sico

El ensayo, perteneciendo a la carrera de comunicación audiovisual, descompone y analiza los aspectos discursivos del lenguaje cinematográfico, desde sus comienzos hasta la actualidad, destacando a nuevos realizadores y propuestas modernas. El trabajo analiza un corpus de filmes puntales, así como los modelos de representación, sus bases y evolución, ofreciendo un punto de vista crítico y reflexivo frente a las diferentes etapas del cine.

Ruiz F., D. M. (2010). *La televisión, medio idóneo para la publicidad*. Buenos Aires: Centro de Estudios en Diseño y Comunicación. Facultad de Diseño y Comunicación. Universidad de Palermo.

Disponible en:

http://fido.palermo.edu/servicios_dyc/proyctograduacion/detalle_proyecto.php?id_proyecto=875&título_proyectos=La%20televisi%F3n,%20medio%20id%F3neo%20para%20la%20publicidad

El ensayo trata la publicidad y la comunicación a través del medio televisivo, siendo este el único apto para realizar una publicidad eficaz. El trabajo hace un recorrido histórico por las diferentes etapas de la televisión así como un análisis que trata las características visuales y sonoras de la televisión. Asimismo, analiza las características narrativas de la publicidad, su alcance y su producción.

Capítulo 1. Evolución del medio y la edad dorada televisiva

Desde su inyección al público norteamericano, la televisión ha sido denominada como objeto, de diversión, de educación: el teatro en el hogar. La fase comercial y de consumo de la década de los cuarenta centraliza al televisor en la residencia de la familia nuclear, aproximando la experiencia cinematográfica a los confines de su comedor y entrando a la privacidad de sus hogares. El concepto de la visualización de radio intrigaba a todo americano que se encuentra en una etapa de desarrollismo, tanto cultural y social como comercial y tecnológica. La era post-guerra trae a los soldados de vuelta a casa, y los suburbios se forman alrededor de los límites de las grandes ciudades. La televisión era, entonces, una evolución lógica y completamente aceptada. Revolucionaria y compleja. Un objeto íntegramente familiarizado que define a aquella generación.

Los orígenes radiofónicos de la televisión le otorgan una raíz diferente a su contraparte audiovisual narrativo, el cine. Obteniendo sus inicios en la ciudad de Nueva York, la idea de la obra audiovisual diferencia en gran cantidad a las grandes producciones que ya alcanza y domina Hollywood en la costa oeste. Un simple transmisor; un dispositivo capaz de reproducir imágenes a partir de la recepción de señales monocromáticas, era simplemente un lujo para la clase media y baja. Un vacío de contenidos a llenar, contando con una rápida expansión por el país, y luego el resto del mundo.

La popularidad, que nace con la idea de tener una programación llena, por más reducida en sus comienzos, en el ámbito familiar y del hogar, era una gran oportunidad de migración para el resto de los medios, ya sean cinematográficos, obras radiales, de teatro, novelas y cualquier otro elemento que forme parte de la industria del entretenimiento. El interés comercial y los bajos costos de producción debido a una ignorancia por parte de la industria en reconocer su real potencial como elemento narrativo dieron vida a un dispositivo cuyas habilidades construyen un ideal cultural que marcan a una sociedad.

1.1. La primera edad dorada televisiva

Las primeras obras televisivas descienden de éxitos de la radio y antologías provenientes del mundo del teatro. Por una cuestión geográfica, el atractivo de transmitir obras irreproducibles le otorga un componente de exclusividad al medio que rápidamente se establece como masivo y popular. Robert Thompson (1996) identifica dos edades doradas. La primera ocurre durante el comienzo de la televisión en los Estados Unidos a partir de su inserción en el público, con énfasis en lo innovador del momento, más que en contenido y narrativa. El consumo del público es la justificación del movimiento.

En esta primera ola de contenido, las obras no se diferencian entre sí en cuanto a sus aspectos formales, y los géneros dominan los contenidos y su composición estética. En la primera época dorada de la televisión, el mismo cine es quien impulsa la producción en el nuevo medio a través de adaptaciones, creando un vínculo importantísimo en cuanto a la progresión de la televisión y la caída del cine. La idea de tomar algo que funcione y reintroducirlo en este medio es algo que ha condenado a la televisión y sido altamente criticada al ser meras extensiones de lo ya logrado en aquel otro medio considerado más artístico y espectacular. La concepción de la televisión en la mesa con la familia, como sucesor de la radio, automáticamente la ha convertido en un medio de ocio, distanciándose del espectador culto e intelectual característico del cine, por lo que pasaba a un segundo plano de las acciones cotidianas. La programación del momento consistía en programas en directo emitidos desde Nueva York, en su mayoría procedentes del teatro. Las temáticas tratan de reflejar el contexto social de aquel momento

1.2. La segunda edad dorada

Por otro lado, una segunda edad dorada en la década de los ochenta introduce series de televisión con claros motivos, estéticas y estilos. Programas como *St. Elsewhere* (Falsey y Brand, 1982) tratan temas como el Sida, el aborto, el racismo, la homosexualidad, entre otros, intentando acercarse a una realidad y problemática social. Este es un primer acercamiento a imitar la narrativa cinematográfica, en donde se percibe que mientras más nivel de realismo se presente frente a determinados temas, personajes, e historias, más calidad le otorga a la obra. Por supuesto, se da en cantidades muy limitadas. Si el cine tiene al código Hays como ente sensorial en cuanto a lo que se muestra, o no, en pantalla, los *broadcasting standards*, o estándares de emisión, de las cadenas tienen el mismo poder en la televisión.

En contraste con el cine, en la censura televisiva influyen más elementos sobre el control narrativo del programa, principalmente por las agencias de publicidad que invierten y auspician los mismos. Esto desemboca en una serie de códigos aún más, por lo que el horario, el público, los productos ofrecidos, el contexto social del momento, y los deseos de la misma cadena televisiva, son unos de los principales motivos por el cual existe un mayor control sobre lo que se puede emitir o mostrar. Plantear una realidad con determinada temática social debía hacerse según los criterios del *network*, por lo que una obra mediocre, que no da lugar alguno de reflexión por parte del espectador, proporciona gran cantidad de la grilla de *NBC*, *ABC* y *CBS*, las tres grandes cadenas. El hecho de remover escenas violentas, de carácter sexual, implicación de sustancias y su abuso, como ejes primordiales de la censura, implica la construcción de un relato simple y clásico en el sentido de emplear la fórmula genérica. La fascinación se encuentra en la identificación que el público realiza con estos personajes estereotipados, bidimensionales y planos.

Por otro lado, las productoras televisivas cumplen el rol de lo que se reconocía como las producciones de clase B en el cine. Reciclando decorados, equipos técnicos y creativos, y guiones, producir programas estandarizados que reemplacen a las obras teatrales conforman su objetivo. La televisión se caracteriza por cierta mediocridad, y el rechazo por parte de Hollywood para las producciones televisivas concibe un distanciamiento que impide obtener una industria única, conformada y de calidad.

Cascajosa (2009) describe: El carácter único de cada obra de los programas antológicos era sustituida por una producción fuertemente estandarizada, basada en la fórmula y, en su mayor parte, adscrita a los géneros con los que más fácilmente se podían generar historias, como el western, el policiaco, el médico y el judicial. (p. 9).

La propia industria cinematográfica es quien, a partir del deseo de ampliarse hacia el negocio televisivo, adapta filmes exitosos y los emite en formato de serie, como continuación de historias y una manera de retener personajes ya conocidos por el público; figuras ya estandarizados y estereotipados. La televisión buscaba como finalidad, hacia la década de los ochenta, llegar al máximo número de espectadores posibles, contando con una programación homogénea, instaurando un mismo set de códigos que el público pueda comprender. La identificación con el contenido de los programas se basa en los ámbitos culturales legitimados por la misma televisión. Asimismo, el lenguaje es analizado desde lo crítico, intentando encontrar denominadores comunes en cuanto a sus contenidos, estructuras narrativas, puesta en escena y personajes para descifrar la función de la obra televisiva.

Esta situación se asimila a la actual. La búsqueda de denominadores comunes en un lenguaje afectado por los cambios sociales y tecnológicos lleva a la exploración de todo aspecto televisivo que pueda llegar a consolidar un nuevo modelo de representación. La relación entre el mundo de Hollywood, que sigue dominando la producción cinematográfica a nivel mundial, y la de la industria televisiva es aún más estrecha. Los estudios televisivos que han abierto los estudios de cine son prueba de esto.

En los años noventa, *20th Century Fox* y *Warner Bros.* abren sus propios networks televisivos, destinando grandes recursos a la producción audiovisual para la TV. Este combate contra el monopolio de *ABC*, *NBC* y *CBS*, que originan como extensiones de sus cadenas de radio del mismo nombre, da lugar a una necesidad de constatar este modelo que surge y ponerlo en prueba. A partir de ello, programas de género, de nicho, y la hibridación de géneros, aparecen como forma de destacarse entre las opciones disponibles a un público que no percibe los cambios.

Estos cambios en sí generan una nueva edad de oro a partir de diferentes aspectos vinculados tanto con el lenguaje televisivo así como su percepción y crítica.

1.3. La nueva edad de oro

En la actualidad, específicamente en la última década, se produce una segunda edad dorada, que nace a partir de la revalorización de aquellos elementos innovadores que se introducen en la primera. La era actual es construida a partir del contenido de alta calidad y concepto, la narrativa, su registro en cuanto a lo tecnológico y composición de imagen, y la nueva moral que se establece a partir de estos cambios. La autora Concepción Cascajosa (2009) retoma los conceptos claves de Thompson y los lleva a la actualidad contemporánea. Su texto, “La nueva edad dorada de la televisión norteamericana”, reúne varias de las ideas que un nuevo modelo de la televisión aportan y las organiza según fenómenos socio-culturales y tecnológicos, que están en constante efecto entre sí, con la evolución de la televisión como medio comunicacional. Una nueva edad dorada implica una evolución significativa en la calidad del contenido televisivo que lleva al núcleo del ensayo en desarrollo, cuyas temáticas a tratar tocan puntos claves para comprender la revolución de diversos aspectos de la obra televisiva.

En principio, *HBO*, un canal de cable, da pie al incremento de calidad con el debut de la serie televisiva *Los Sopranos* (Chase, 1999) en el año 1999. Esta nueva edad se diferencia de las anteriores. Si bien la reconocida segunda edad dorada televisiva se constata como tal a partir de obras como *Hill Street Blues* (Bohco, 1981), *St. Elsewhere*, *Dallas* (Jacobs, 1978) y *The Mary Taylor Moore Show* (Brooks y Burns, 1970), debido a la ruptura que realizan en cuanto a formato y temática, no se considera como la mejor época en la historia del medio. En cuanto a lo comercial, estas obras televisivas lograron éxito crítico, pero fueron un fracaso al estrenarse sus primeras temporadas. El hecho de permanecer en el aire por hasta seis años,

como es el caso de *St. Elsewhere*, o siete, *The Mary Taylor Moore Show*, implica un entendimiento por parte de las grandes cadenas al cubrir las necesidades narrativas que requieren sus creadores para desarrollarlas.

Es en este entonces que se genera un gran cambio en la producción serializada, ya que el control de cada aspecto que imponen los networks no dejan explotar las posibilidades que ofrece la televisión. Desde aquel momento, y sin presentar muchos cambios en los últimos cuarenta años, se ha realizado un proceso crítico de la legitimación de la televisión como una forma de arte y calidad.

Analizando los factores económicos, institucionales, narrativos, culturales y tecnológicos, se experimenta un crecimiento en cuanto a la calidad y variedad encontrada en la ficción americana contemporánea, específicamente en los programas dramáticos del *primetime*, la franja horaria más vista de la televisión. La legitimación de la televisión como medio, no solamente como objeto, es un elemento clave para la construcción de un modelo representativo que contenga aspectos genéricos, conformando un lenguaje propiamente televisivo y actual, de interés social y provocativo.

Desde un principio, la ruptura significativa parte de la introducción del cable en los hogares americanos. *Home Box Office (HBO)* y *Showtime* se presentan como nuevos jugadores en el monopolio, pero no se rigen por las mismas reglas. Mientras los network permanecen siendo generalistas y recicladoras en cuanto a la producción y multiplicación de franquicias, como los denominados *procedurals*, series cuyo eje es la resolución de crímenes, evidenciando los procesos forenses y presentación de pistas para lograrlo y destinado a un público amplio y masivo, las opciones de cable apuntan hacia otro tipo de audiencias con otro sistema de respaldo económico.

La expresión creativa que se manifiesta en las primeras series televisivas originales de cable rápidamente despiertan un nuevo interés en la industria, para

quienes consumen el material y quienes lo realizan. El demográfico *elite* al cual apelan las cadenas de cable elevan exponencialmente las características narrativas del modelo televisivo que debe tener los componentes necesarios para satisfacer su necesidad de entretenimiento, y justificar la inversión por suscripción. Si bien genera una nueva faceta de la narrativa televisiva, el cambio hacia un nuevo discurso ocurre con la adopción del modelo de cable por las cadenas de aire. Los networks tratan el negocio de la venta de pupilas, mientras la programación de cable apunta a segmentar aquel mercado amplio y crear un nuevo hogar confiable y exclusivo para las mismas. La pérdida de televidentes a partir de fines de los noventa era indudable para las cadenas de aire, cuyos respaldos eran obras ya envejecidas por años de renovaciones y limitaciones, sean estéticas o expresivas. (Cascajosa, 2009).

La ficción televisiva se encuentra a punto de ingresar a su período de mayor prosperidad y reescribir las reglas del juego. Reescribirlas, alterarlas, alienarlas y combinarlas. El nuevo lenguaje televisivo nace a partir del reconocimiento y desprendimiento de los viejos códigos impuestos por las drásticas cadenas de la TV, cuya política de *least offensive programing (LOP)*, es decir, programación de nivel ofensivo menor, obscura todo aspecto llamativo por la propia naturaleza audiovisual del medio.

Por otro lado, los estudios académicos sobre la televisión comienzan a repensar cómo analizar el fenómeno televisivo cambiante. La televisión se descompone como un texto audiovisual, tal como los profundos análisis de la obra cinematográfica, fragmentando componentes del discurso que apuntan a identificar una tendencia unificada en el hecho de hacer televisión. El material analítico parte de países europeos, en principio. *British Film Institute* y la editorial *IB Tauris* inauguran sus propias series de libros dedicadas a las series de televisión

contemporáneas, implicando la búsqueda de calidad incrustada en el contenido de las mismas.

Esta nueva era dorada es esencialmente un momento de esplendor para el género dramático. Se reúnen diferentes factores, desde el éxito comercial hasta su recepción, impacto crítico e influencia. Retomando la era de prosperidad en la década de los ochenta, se destaca el interés que surge por parte de directores cinematográficos, como David Lynch o Stephen Spielberg, en la producción televisiva.

La originalidad de contenidos es el concepto que atrae a una ola de espectadores cuyas opciones de programación son virtualmente ilimitadas. En una era digitalizada, automatizada y absolutamente espontánea, el medio televisivo se ha convertido en una plataforma de distribución de todo tipo de programa y contenido. Las infinitas elecciones se difuminan entre sí, por lo que la inyección de contenido original por parte de canales de cable destaca los recursos invertidos para crear grandes producciones televisivas con influencias cinematográficas. Esto de alguna manera obliga a las cadenas de aire, los network, a adoptar el modelo y crear un ecosistema cuyo eje se desarticula de lo comercial. Lo comercial pasa a segundo plano al presentar historias atractivas, personajes fascinantes y un formato serializado consolidado.

Asimismo, Cascajosa (2006a) expresa la creación de un nuevo modelo de televisión en el que el espectador deja de ser un usuario en una relación económica ajena para convertirse en cliente. El pago como suscriptor al canal le otorga una calidad *premium* al contenido, que carece de publicidades y otras formas de financiamiento. La ausencia de estos factores permite que se expresen y manifiesten temáticas como la violencia y el sexo. Estas posibilidades atraen a escritores que sienten la libertad de expresar un material provocativo y arriesgado. Las fórmulas

narrativas se invierten y se toman como un recurso creativo, de estilo, innovando sobre la técnica televisiva de aquellas épocas históricamente tradicionales.

Denominar a la televisión contemporánea como una edad de oro implica dejar afuera determinadas cuestiones que definen al nuevo modelo televisivo. Una edad de oro puede caracterizarse como tal desde un punto de vista comercial, narrativo, constituido por la cantidad de producciones realizadas por año o las audiencias de alto nivel que promueven un gran interés por el culto televisivo. Sin embargo, una edad de oro implica un hecho efímero. Un manifiesto sujeto de un determinado contexto social, histórico, y compuesto por una serie de obras que, desde diferentes aspectos, comparten denominadores comunes que consolidan una fase de prosperidad.

Teniendo en cuenta las mencionadas etapas de la TV, la primera edad dorada simplemente encuentra un balance de contenido que logra fascinar al espectador mientras el network, respaldando la obra económicamente, maximiza su rentabilidad a través de la publicidad, el reciclaje por parte de su repetición o sindicación y, también, en la creación de programas clones. (Thompson, 1996). Este hecho se limita a su propio manifiesto, ya que simplemente se capitaliza sobre los nuevos mercados que se han desarrollado. El sistema ha permanecido intacto por las pasadas cuatro décadas, por lo que los aspectos cualitativos del discurso televisivo no evolucionan. La narrativa se conforma a través de la simple articulación del lenguaje televisivo contando con fórmulas exitosas. No existe una real prosperidad por la cual cada programa producido posteriormente eleve los riesgos narrativos y los niveles estéticos, visuales y sonoros. Funciona como argumento de las posibilidades del medio fuera del mundo cinematográfico, contenido dentro del mercado masivo y audiovisual.

Por otro lado, en la segunda edad dorada, el hecho de que NBC haya apostado a realizar *Hill Street Blues*, dentro de un contexto social cuyas innovaciones ya

habían sido exploradas en obras cinematográficas, detenidas en la televisión a causa de las fuertes censuras, hace que se establezca un estándar que alivia a la industria creativamente. Ofrece una salida, si bien arriesgada, a la fórmula estandarizada que se rige a partir del control realizado por especialistas de marketing sobre lo que se piensa que la audiencia quiere, cuando lo quiere, y por qué lo quiere. A su vez, no deja de ser un cambio temporal y circunstancial debido a la persona encabezando la cadena en aquel momento. Es un caso que, si bien influyente, es aislado. No logra invertir por completo a la industria, ni generar la necesidad de elevar los presupuestos y el nivel de producción.

Lo que se reconoce como la edad de oro actual implica cuestiones interrelacionadas con el control que lleva el canal sobre el producto, sus auspiciantes y en un nivel inconsciente, su público, pero la categorización no abastece la totalidad del fenómeno. Las series televisivas de la actualidad marcan un antes y un después. La fusión de la influencia cinematográfica y los elementos propiamente televisivos, como la división de capítulos, extensión de relato y potencial narrativo construyen un lenguaje completamente nuevo e innovador. El hecho de simplemente ver televisión, contrapuesto con mirarla, altera la percepción de un medio aún en crecimiento, con una fuerte fundación que desgarró todas las normas impuestas por las regulaciones de los responsables por el contenido del material. Enmarcar la década actual como una edad dorada consolida la aceptación del medio masivo como una forma de arte, un medio que estimula al espectador y ofrece propuestas narrativas nuevas y frescas.

En contraparte, la hipertextualidad, una característica de la obra contemporánea en cualquier medio, es un componente clave en el reconocimiento propio del material televisivo, por un lado, y la influencia cinematográfica por el otro. Con el reconocimiento de la televisión como medio superior a una versión arcaica de sí misma, refiriéndose a las edades de oro mencionadas previamente, el discurso

evoluciona. Se toman los elementos exitosos y se ponen en prueba de diferentes formas, incluyendo material de diferentes fuentes. En su escrito “El espejo deformado: una propuesta de análisis del reciclaje en la ficción audiovisual norteamericana”, Cascajosa (2006b) expone un acercamiento a las distintas formas en las que un material narrativo puede ser reutilizado dentro de las industrias culturales a través del caso concreto de los Estados Unidos. Partiendo de la situación actual de las investigaciones sobre la adaptación literaria y el *remake* cinematográfico, genera un modelo propio para abordar el estudio de estas prácticas en su conjunto, basándose en las obras del narratólogo francés Gerard Genette.

El concepto está vinculado con las referencias que existen entre diferentes modelos de representación, como el cine, la televisión, el teatro, la radio, los cómics y el videojuego. Ciertos elementos son traducidos a otros modelos y adaptados a los mismos dependiendo de diversos factores como su éxito comercial o contenido. Es un concepto clave para entender cómo la influencia del cine sobre la televisión ha generado una gran innovación en el medio ya que la continuación de ciertas obras cinematográficas y los aspectos formales se transfieren en su totalidad y se reforma el modelo para establecer uno nuevo contemporáneo.

El fenómeno se da a través de una necesidad cultural de alcanzar gran éxito. El traslado de materiales de un formato a otro, o la retroalimentación a través de versiones o continuaciones, no es simplemente un fenómeno contemporáneo, sino uno de los mecanismos básicos de la producción cultural desde los inicios de la civilización. La explotación de estas técnicas se dan en la cultura del ocio y se multiplican en las industrias culturales. El modelo contemporáneo contiene todos estos elementos. La convergencia de medios de forma exitosa brinda accesibilidad y continente para lograr un mayor nivel de expresión que hasta el momento se apreciaba en otras artes, especialmente el cine.

1.4. El Ecosistema televisivo

La televisión, como objeto y luego ámbito de la cotidianidad, ha pasado por diversas etapas en su evolución como medio de comunicación masivo y comercial. En su inepción, se vendió como un objeto a ser simbolizado, a obtener una imagen y referente propio para luego ser familiarizado en la realidad de aquella época. Pasa a ocupar un espacio que supera lo físico, en cuanto al remplazo de la radio, dispositivo central en todo hogar norteamericano de los años 30; obtiene un elemento afectivo y emocional. Este nivel afectivo es completamente perceptivo, y está vinculado con la chimenea, y el significado que tenía para la sociedad de aquel momento. La chimenea, como sinónimo del fuego que mantuvo motivados a los cientos de soldados que participaron de la revolución de los Estados Unidos, había sido común en toda casa norteamericana. La idea de un nuevo aparato, que ocupe el mismo lugar físico en el comedor, también ocupaba un lugar emocional como fuente lumínica, y los primeros programas que connotaban cierta calidez en cuanto a la construcción de los decorados y los personajes que, por su función de anfitrión, asumían la ocupación de padres de familia. (Tichi, 1991).

La relación con el nacionalismo, el amor a la patria, y como representante del sueño americano logrado se incrusta en la imagen simbólica de la televisión. A través de publicidades gráficas, se destacan tanto los materiales del mueble donde se encastraba el aparato como el tamaño de la pantalla. Esta pantalla, a su vez, se hace conocida en otros ámbitos. Las ventanas del tren o el avión, toman la misma forma. La pantalla televisiva se hace sinónimo de seguridad, confianza y comodidad. Avisos publicitarios sitúan a la familia nuclear dentro del avión que hace referencia inmediata al living de la casa, en donde la ventana se convierte en set de televisión.

Estos elementos crean un ecosistema televisivo, al ocupar un lugar físico y mental en las residencias. Se torna un emblema de la sociedad norteamericana, y, por esta familiarización, pasa a segundo plano. La televisión reúne a la familia en un mismo lugar, pero luego se dispersa. A medida que evoluciona tecnológicamente,

con televisores más compactos, en color y de mayor definición, la televisión permanece constantemente encendida. Como la radio antes de ella, la TV se hace cómplice de la cotidianidad, formando la cultura del ocio, una sociedad hipnotizada por un medio meramente de entretenimiento.

Asimismo, el modelo comercial absolutamente masivo absorbe por completo las características expresivas del medio, y la televisión entra en un vacío. Vacío por contenidos, expresividad, destacados tecnológicos, poder institucional y nivel intelectual. Mientras el mundo cinematográfico presenta en los años sesenta un movimiento revolucionario en cuanto a la narrativa y las estructuras del modelo de representación anterior, la televisión no adquiere ningún valor destacado.

En la actualidad, la televisión logra desfamiliarizarse del concepto central de sus atributos comunicacionales. Con la conformación de un discurso audiovisual destinado a la calidad, surgen nuevos aspectos que destacan aquellos elementos propiamente televisivos y los revaloriza, se ponen en juego de algo que va más allá del simple dispositivo de distracción y entretenimiento. El ecosistema televisivo se extiende a otros formatos y formas de expresión. Las tendencias cinematográficas ayudan a hibridar exitosamente características televisivas, como son las estructuras narrativas alternativas, con estéticas visuales más comprometidas y marcas autorales más evidentes. El ecosistema implica una sinergia que envuelve las acciones del día a día. (Tichi, 1991).

1.5. La industrialización de la TV

En la actualidad, la televisión se encuentra en un punto medio con respecto a la industrialización. El sistema se ha reconfigurado en cuanto a la producción y distribución de series televisivas. En contraste con el cine, es uno de los pocos medios que mantiene el aspecto industrial que implica la rapidez y frecuencia con la que se realizan las obras televisivas. Sin embargo, el incremento cualitativo y

cuantitativo actual implica un ajuste centrado en los cambios necesarios para abastecer a un público cuyo interés por las series de televisión ha aumentado exponencialmente.

La estructura y pautas de distribución son claves para mantener el flujo de interés que marca el éxito o falencia de cada obra. La identificación de la forma más óptima de fragmentar una obra televisiva en sus respectivos capítulos funciona como una guía a seguir. El hecho de conformar un hilo narrativo de esta manera implica un denominador común en toda obra que aporte a la consolidación de una nueva edad dorada y a su vez un modelo de representación contemporáneo.

Las innovaciones televisivas conforman este nuevo lenguaje y a su vez lo condicionan. El desarrollo es constante, las bases en las cuales se construyen los relatos establecen estándares cada vez más elevados, por lo que una propuesta televisiva es una pieza del mosaico que es el discurso televisivo contemporáneo, compuesto por diferentes programas cuyos aportes están en constante contacto con otras obras y realizadores.

La idea básica de tener una sala de cine en el living de la casa se hace realidad a partir de la experiencia que se vive en la edad contemporánea. La evolución del medio aproxima al espectador a la obra cinematográfica extendida, prolongada, y en base semanal. El lenguaje televisivo, como el cinematográfico en la posmodernidad, surge de la propuesta espectacular, de la designación para la mirada que contiene todo el período clásico del mundo cinematográfico. Como en los años cincuenta, la televisión debe ser reinventada, descentralizada del simbolismo que la contiene.

A través de los cambios tecnológicos, culturales y generacionales, se intenta articular una nueva mirada que surge a partir de los contenidos de alta producción y una narrativa cautivadora, con personajes fascinantes, seductores y complejos. Los cambios también son influyentes en otros formatos, como la publicidad y el internet.

El discurso televisivo, en cuanto a su lingüística, iconografía y códigos, se crea a partir de aquellos generados por el modo de representación institucional que presenta el cine en su edad de oro.

El esquema visual narrativo y relación imagen-espectador, utilizando mecanismos básicos de identificación para generar sensaciones y empatías con el público permiten el exceso, la superación, y la reconfiguración de los códigos establecidos en este entonces. Si bien son industrias que se manejan diferente, ya que la TV mantiene su característica industrial, al realizarse en serie, presenta un flujo de información persistente de la cual ambas industrias se pueden favorecer.

La referencialidad y el lenguaje meta, implicando el hecho de mencionar o poner en evidencia el proceso de realización de una misma obra al espectador, son dos recursos frecuentemente utilizados por este motivo. A su vez, crean un vínculo aún más directo con un espectador que ha crecido con un set de televisión siempre encendido. Un televidente que al reconocer las referencias siente placer, a través del reconocimiento visual e icónico, al presenciar su reconstrucción simbólica en otra obra audiovisual.

La producción de un modelo que sobrepasa lo tradicional lleva a la experimentación, y es en esa estructura que la televisión logra destacarse en cuanto a una fórmula infructífera en el teatro o el cine: la fragmentación. La división de capítulos por semana, luego por temporada, que a su vez están pautadas por una franja mensual determinada genera una continuidad que nace a partir de una necesidad.

La necesidad de cubrir el vacío que es la grilla de programación, con la emisión de un programa, comercial, institucional, o cualquier pieza audiovisual a toda hora ha causado en la televisión cierta disciplina en cuanto a la producción y construcción de sus obras. El relato televisivo rápidamente evoluciona al poder experimentar con las historias que *deben* ser contadas, en contraposición con el cine, cuyas historias

se exhiben por una necesidad de expresividad, exclusividad, o exhibición por interés. Esto no significa que la televisión no tenga expresividad, exclusividad ni interés; al contrario. La televisión convierte sus narrativas en realizaciones que se destaquen entre los cientos de programas al aire en un determinado momento. La atención del público debe captarse de forma más aventurada y dificultosa que la del cine. La repetición de las mismas fórmulas narrativas, aptas para la pequeña pantalla, despiertan una necesidad por experimentación sobre las mismas.

A su vez, la proporcionalidad de información forja diferentes sensaciones que evolucionan con el arco dramático de un relato. Como son el misterio, el suspenso, la sorpresa, la ansiedad y la necesidad de exploración de una diégesis en la cual se sumerge. Todos los elementos denotativos de una narración que conforman al espacio y las acciones que suceden en aquel mundo, sean vistos o no en un filme o pieza audiovisual, integran el concepto de diégesis, cuya terminología parte del estudio de la semiótica, aplicado a la crítica del lenguaje audiovisual, especialmente la obra cinematográfica. (Konigsberg, 2004, p.160).

La fragmentación de programas televisivos incorpora al espectador de tal forma que la reciprocidad de la historia y repetición de la misma formen aquella necesidad en él, convirtiéndola en virtud. Crea una carencia de personajes, lugares, estrellas y figuras que necesita rellenar en una frecuencia emisaria determinada.

La construcción de dichos componentes incorporan al espectador de tal forma que le permite pensar en un capítulo fuera de él. Extraer conclusiones y reflexiones que son externos al mismo. La habilidad de crear un relato en un tiempo y espacio determinado, instaurando los códigos necesarios para su verosimilitud y consistencia con las acciones que ocurren dentro de él, resultan en un poderoso universo que genera transparencia y sumersión absoluta del espectador por la duración del capítulo, en donde volver al mismo mundo tras haber pasado una semana, o una temporada, es sucesivo.

Este último término es un factor determinante en la creencia de los personajes y eventos que suceden en pantalla, siendo un pacto entre el espectador y el relato. Aumont (2008) reseña que: “Lo verosímil se refiere a la relación de un texto con la opinión pública, a su relación con otros textos y también al funcionamiento interno de la historia que cuenta” (p. 141).

1.6. La revolución televisada

Las etapas mencionadas forman parte del pasado; del fantasma televisivo desconocido. Es un medio reflexivo, que absorbe el ideal cultural y lo transforma. La estructura consolidada en la actualidad marca un fuerte futuro para la televisión. El medio ha crecido mirando hacia atrás. Una acumulación de referencias, ideales, eventos y hechos de la misma programación de las décadas previas han establecido una industria imparable. No cabe duda alguna que series televisivas dominan el mercado del entretenimiento, en donde aquellos programas mencionados en la introducción son tan solo una pieza de un rompecabezas de grandísima escala.

La consolidación de un sistema que reconoce sus fortalezas logra crear un ecosistema posicionándose nuevamente como el eje principal, pero su influencia es aún mayor. El alcance a través de teléfonos inteligentes, la distribución cibernética, venta de DVDs, creación de portales online especiales, entre otros componentes, le otorga un valor que reconfigura la comunicación.

La percepción de la televisión ha sido alterada radicalmente, mientras su penetración en el hogar, establecida hace años, es una gran ventaja para valorizar y reconsiderar al medio. El ecosistema televisivo crea una construcción social a través de la comunicación de sus relatos y personajes. El espectador se encuentra asimilando su vida con lo representado en la pequeña pantalla, mientras que la realidad ficticia genera situaciones que crean referentes culturales e históricos. La

experimentación de géneros y técnicas audiovisuales lo hace el medio perfecto para crear, exponer, y emitir mundos enteros fabricados.

La inclusión de un programa dentro de otro, a través de una serie de referencias, cómo el precursor *St. Elsewhere* obtiene, integrando personajes de todo tipo de series clásicas en sus historias, manifiesta una inclusión por parte del espectador de forma inconsciente y placentera. La acumulación de referencias, ideales, menciones y reproducciones hace crecer al mundo televisivo y lo asciende. La originalidad de su contenido, por otro lado, lo diferencia del mundo cinematográfico. Lo equipara y lo desafía.

Por último, la clasificación de los elementos mencionados como fenómenos televisivos es el resultado de una configuración contemporánea, desde el discurso y la imagen, que permite la revaloración de la propia obra audiovisual. Es decir, el desarrollo en la calidad y la ambición por la creación de proyectos más expresivos y de culto, apuntados a fragmentos de audiencias más específicas, destaca a la producción televisiva. El reconocimiento de las series de TV más complejas, con altísimos niveles de producción y tramas fascinantes y cautivadores dan a entender el acuerdo triangular de la fórmula televisiva, compuesto por el network, creador o autor, y el espectador.

Los tres ejes del discurso televisivo crean un pacto, estableciendo un vínculo como consecuencia de la construcción de un nuevo modelo de representación basado exclusivamente en aquel discurso, cuya validación como productor de contenido de calidad se torna innecesaria en la actualidad. Existe un nivel de aceptación de cada parte por los contenidos, las temáticas, los relatos y la forma en que se cuentan aquellas historias, visualmente y simbólicamente.

Por ende, la descomposición de cada aspecto que compone el discurso, y la situación actual de la TV, brinda luz a cómo ha logrado salir de la sombra de la gran pantalla, analizando la televisión, como concepto, y su programación, como texto

filmico. Según Aumont (2008): “Hablar de texto fílmico es considerar el filme como discurso signifiante, analizar su (o sus) sistema(s) interno(s), estudiar todas las configuraciones significantes que se le puedan observar” (p. 203). Claramente, el aspecto fílmico de la obra se puede atribuir a la televisión, debido a su afinidad con el cine en cuanto a lenguaje. A partir del reconocimiento de los componentes que los unen, el análisis permitirá evidenciar valores y fuerza motriz impulsada por las mencionadas influencias.

Capítulo 2. MRC-TV (Modelo de Representación Contemporáneo)

2.1. Televisión de calidad o buena televisión

Durante la segunda edad dorada alrededor de la década de los 80, también concebida como TVII según otros críticos mencionados a lo largo del ensayo, Robert Thompson (1996) identifica a un grupo de series televisivas trascendentes en cuanto

a la libertad expresiva de su creador y los contenidos complejizados a través de temáticas provocativas. Las denominadas series de calidad cuentan con una sucesión de avances, desde su representación hasta su recepción, que forman su propia categoría dentro del resto. Los dramas de calidad siempre reclaman ser originales en relación a la televisión según las normativas de su época. Es el primer paso que destaca la programación de la era y comienzan a generar un interés crítico en el medio. Las características del MRC conllevan valores que son considerados de calidad, sustancialmente en la actualidad.

Asimismo, esta percepción de calidad es íntegramente subjetiva, cambiante y alusiva. Los atributos de valor en sí, y qué se considera un valor de calidad son una clasificación genérica proporcionada a través de la evaluación personal. La categorización de TV de calidad realizada por el autor en aquella década se encuentra alterada en la actualidad, en donde existe una divergencia entre la televisión de calidad y la televisión buena. La TV de calidad puede ser percibida como buena para sus espectadores, sea moralmente o desde lo institucional, pero también puede resultar pálida y pretenciosa. La segregación de qué hace a un programa bueno, aparte de su consideración como de calidad, es una tarea dificultosa de realizar, debido a su implementación, y énfasis, en la actualidad.

En contraste, las cualidades estéticas de una serie, desde la graduación visual y la identidad del programa, determinan su valor como buena televisión. Estos componentes son los más visibles desde un punto de vista analítico, por lo que su consideración como tal parte del reconocimiento de una estética identificadora, en vez de un juicio crítico del material o una experiencia propia.

El aspecto contemporáneo dentro de los valores televisivos atribuidos a la producción norteamericana se vinculan con la tendencia de exponer un enfoque sobre el presente. Sarah Cardwell (2007) sostiene que la televisión reconocida como buena es rica, provocativa, relativamente contemporánea y emocionante. A través

de instancias o ejemplos menores, cristaliza reflexiones sobre la sociedad contemporánea que añaden una dimensión simbólica al programa, diferenciándolo de la conocida *soap opera* o el formato cómico del *sitcom*. Las series de la franja horaria correspondientes al prime time pasan a ser dramas serias, y el término telealfabetismo cobra vida para enmarcar los aspectos más simbólicos, poéticos y ambiguos de la nueva programación. Asimismo, el alto nivel de síntesis y cohesión entre las elecciones estilísticas y los significados del contenido presentan una profundidad que brinda un potencial de descubrimiento activo y reflexión constante.

La clave resta en la integración de los elementos visuales, estilísticos y emblemáticos del programa. Si bien los aspectos formales mencionados a lo largo del capítulo determinan y marcan una estética, así como los movimientos de cámara, la puesta en escena y la actuación, son valores que componen a la televisión de calidad, requieren una integridad estilística para formar buena televisión. La coordinación de los componentes sugiere cierta sutileza y reinención a los códigos clásicos, experimentando con el formato repetitivo nativo del medio.

Indicios de este tipo de TV se aprecian desde los primeros segundos de un programa, en los créditos iniciales del mismo. Las series de cable se caracterizan por extensas introducciones que, en su mayoría, ocultan la imagen del actor intérprete de sus personajes, guiándose por la experimentación y el videoarte. Su gráfica, banda sonora, representación visual del tema y marcas autorales son la base de los créditos iniciales; la referencia hacia lo cualitativo se establece desde este punto.

Por otro lado, la distinción entre la televisión de calidad y la buena TV depende, absolutamente, de la subjetividad del espectador y la búsqueda de funciones textuales dentro del discurso emitido. Es decir, la buena TV únicamente puede descubrirse a partir de la constante crítica y reflexión sobre un programa, se debe responder a él a través de un sumergimiento ofrecido semana tras semana. La

calidad no es sinónimo de valor, o que tan bueno es algo, sino una serie de códigos genéricos, como el propio discurso audiovisual, que distingue identidades grupales. En la actualidad, esta identidad es atribuida a través del MRC, ya que es una culminación de la agrupación de series que ofrecen valores de calidad en todo aspecto, con el potencial de generar esta misma impresión en los televidentes.

2.1.1. Calidad comercial

La calidad en la televisión se encuentra fragmentada dependiendo el contexto en el cual se aplica el término. Si bien se ha empleado con un enfoque en el contenido, obtiene otro significado vinculado a lo comercial, y lo que se considera de calidad refiriendo los viejos sistemas de *broadcasting*. Históricamente, el contenido debía satisfacer los estándares de los anunciantes, siendo estos aquellos programas que apelen al *target* demográfico mientras se crea el patrimonio de la marca, e identidad, del canal. El modelo se ha intensificado en la actualidad, debido al sistema pago del cable que implica una relación de consumidor con el espectador, pagando por un servicio que, en torno, debe resultar digno de realización desde un punto de vista económico. (Epstein, Reeves, y Rogers, 2007).

La creación de dicha marca es la clave en cuanto a la calidad del producto premium que se exhibe en el sector de cable básico o servicios de contenidos televisivos pagos. *HBO, Showtime, FX* y *A&E*, surgen con el propósito de establecer una identidad propia que supera la programación que ofrecen. Debido a la carencia de inversión de terceros, como la televisión básica de networks, la consolidación de una identidad de calidad se utiliza para atraer y mercantilizar una grupo demográfico, un mercado de espectadores específico segmentado, de calidad. Esta búsqueda cambia el flujo televisivo, ya que la necesidad de apelar a los diversos targets le otorga un control sobre la organización de la programación.

El flujo televisivo, como explorado en el próximo capítulo, cambia en la era digital de la televisión, tanto en cómo se expone, las costumbres y los comportamientos del espectador y cómo se comunica un determinado programa. La digitalización de esta comunicación permite una promoción amplia a través de del cable óptico y el acceso masivo a este, generando el llamado *buzz*, o murmullo, en la industria televisiva. Este concepto implica la divulgación de un show, que puede tener como consecuencia un mayor número de espectadores, aunque su función principal es atribuir a la imagen del canal, consolidando su posicionamiento de calidad e instauración dentro de las grandes cadenas en la competencia. Se necesita establecer una fuerte identidad que atraiga al público deseado, debido a las ilimitadas opciones que emergen con la evolución la TV satelital, de cable, y los dispositivos tecnológicos. (Epstein, Reeves y Rogers, 2007).

En contraparte, el primer acercamiento a la calidad comercial trata la economía pura, el sistema de *ratings*, flujos de ingresos y el demográfico de calidad. Este aspecto se asemeja al sistema comercial de la obra cinematográfica, en cuanto a las bases que impulsan sus mercados e ingresos económicos. Ambos requieren una delimitación de una audiencia a la cual dirigir su producto, diseñándolo en base al target que pueda consumirlo en la mayor cantidad posible.

En la televisión existen más factores que determinan el éxito de una serie, a diferencia de la venta de taquillas y productos auxiliares en el cual se basa el cine. Como se ha mencionado, la consolidación de una marca relacionada con el canal y su producto supera la necesidad del mismo por un éxito respecto a lo comercial. Por otro lado, programas que apuntan a un nicho en el mercado, y por ende, grupos de anunciantes enfocados en dicho target, no necesitan audiencias a gran escala, en donde la satisfacción de un grupo específico, como mujeres de 18-25 años, le ofrece al canal el tipo de espectadores necesario, independientemente del número de ellos.

Evidentemente, es calidad sobre cantidad, referente al contenido y su público correspondiente.

2.2. El discurso audiovisual

El cruce de mundos entre el cine y la televisión se experimenta con frecuencia. Tal como los comienzos de la fotografía remiten a la pintura en términos expresivos, la televisión y el cine comparten un mismo lenguaje, el lenguaje audiovisual. En teoría, poseen las mismas herramientas en cuanto al potencial de la imagen, con un sólido respaldo por parte de lo sonoro, pero luego de décadas de convivencia, es en la actualidad que se manifiesta una real influencia cinematográfica en la televisión. Es importante notar que si bien se comparte un mismo lenguaje, constituido por códigos, significados e índices, el discurso es otro. El discurso audiovisual no es compartido por ambos, permitiéndoles características específicas que diferencian a sus obras, industria, y sistemas de producción.

En principio, un discurso implica un mensaje. Un mensaje articulado y destinado a ser emitido y, como consecuencia, recibido por alguien, con sus propias características que serán claves para la recepción en su totalidad. El discurso audiovisual está íntegramente vinculado con el contenido, y la forma de transmitir ese mensaje, pero también sensaciones, estilos, identidad y, hasta cierto punto, ideología, debido al punto de vista y enfoque que se construye. Las estructuras narrativas, por ende, son tan solo una parte del discurso. La fragmentación de una serie televisiva por capítulos implica una estructura narrativa, en general, más compleja que la cinematográfica, por lo que su construcción por parte del espectador es significativa a la hora de recibir lo que se transmite; la construcción de aquel orden secuencial y la disposición de estructuras narrativas alternativas cobran mayor importancia.

El cine, por otro lado, cuenta con una duración limitada de relato y tiempo de pantalla. Siendo la convención una duración de ciento veinte minutos por film, es tanto un atractivo como un desafío para el espectador. La habilidad de contar una historia y su consecuente relato en dicho tiempo, con la organización que implica una estructura narrativa y sus puntos de giro, le otorga otro paradigma de valores al discurso cinematográfico que la televisión no puede igualar, por lo que el formato es tan solo una parte de la construcción del discurso audiovisual que es, en sí mismo, efecto del lenguaje audiovisual.

Un modelo de representación, por ende, es la manifestación del lenguaje audiovisual expuesto a través de un discurso audiovisual, cinematográfico o televisivo, que se rige por aspectos formales, normativas, estilo, el sistema en el cual se produce, la presencia de un eje de censura y el contexto social en el cual se desarrolla. Descomponiendo la terminología, un modelo implica una serie de códigos y reglas ya estandarizados; una fórmula, un molde o un ente contenedor de lo que se representa.

Este análisis lleva a la otra parte del manifiesto: la representación. Un modelo es improductivo si no se respetan sus pautas de forma adecuada, y en el mundo audiovisual la representación es la fuerza matriz de su percepción. Un modelo de representación, como consecuencia, es la fórmula en la que se deben evidenciar los sucesos. Son elementos estandarizados por la industria, no el público. Es clave esta última parte, debido a que quienes desarrollan las obras audiovisuales controlan los aspectos mencionados en el párrafo anterior.

2.3. Aspectos formales y los códigos audiovisuales

El lenguaje audiovisual implica códigos estandarizados que crean en el discurso significado y coherencia interna. Aumont (2008) sostiene: "Para poder contar historias y comunicar ideas, el cine ha debido elaborar toda una serie de

procedimientos expresivos; el conjunto de ellos es lo que abarca el término lenguaje” (p. 170). A pesar de que el lenguaje audiovisual no se considera un lenguaje especializado, debido a que sus códigos son la base de otras disciplinas, como la fotografía y la semiótica, es universal, por lo que su forma de expresión a través de diferentes códigos y alcance masivo, condicionan su lenguaje.

Los aspectos formales son las herramientas que posee el realizador para transmitir sensaciones a través de la fotografía, la iluminación, la atmósfera, el sonido, la dirección de arte, la composición del encuadre y el montaje. Los elementos expuestos en el modo de representación contemporáneo son los más evidentes en cuanto a la influencia cinematográfica, ya que, desde la imagen y sonido, han aumentado cualitativamente a un nivel de excelencia, alcanzando las complejas puestas de cámara, escena, y climas que se generan en la obra cinematográfica de mayor presupuesto.

Los códigos que conforman los aspectos formales se identifican según disciplina. Los encuadres, las escalas de plano, y la incidencia angular pertenecen a los códigos fotográficos, precedentes a la cinematografía. Por otro lado, la representación de imágenes figurativas pertenecen a los códigos de analogía visual, en donde un factor influyente es la calidad de la imagen, por un lado, y la imagen mecánica, por el otro, que, en el caso de la televisión contemporánea y el nuevo cine, es digital. Los únicos códigos propiamente cinematográficos y televisivos pertenecen al movimiento de la imagen. Los movimientos de cámara, así como el *raccord* dinámico, permiten transparencia en el flujo narrativo en cuanto a la fragmentación de acciones a partir del montaje. También, oculta el dispositivo, eliminando el artificio de hacer televisión, siendo estos puntos esenciales de la expresión. Estos aspectos se enlazan directamente a la construcción de la imagen, convirtiéndose en niveles de materialidad, por lo que la cantidad de uso de códigos de una obra sobre la otra no implica que una sea más cinematográfica que la otra.

El texto fílmico implica, por otro lado, asociar a la construcción cinematográfica con la literatura y el lenguaje verbal. Asimismo, se identifica al plano como la palabra, llevado a la información comunicacional y de significado que los conforman. Por un lado, la palabra se reconoce como un discurso intelectual, siendo el plano únicamente algo material. El cine es una representación metafórica de la palabra verbal. El MRC refleja con mayor precisión el aspecto literario que presenta el lenguaje audiovisual, por lo que las obras pasan a ser de novelescas, refiriéndose a las soap opera y la novela, a series de TV literales, con un alto grado de intelecto acompañado por una historia compleja entramada en un relato metafórico y lleno de significado, en donde “el plano es la representación visual de una idea simple” (Bataille, 1947, p. 169). De esta base parte el relato audiovisual, en donde la sucesión de planos adquiere expresión propia.

2.3.1. La cámara y fotografía

El MRC se rige por contenido sobre substancia, refiriéndose a las convenciones y códigos anteriores, la puesta fotográfica es repensada a partir de qué necesita expresar cada plano, y diseñar su totalidad desde el detalle. Las tomas adquieren un valor intelectual profundizado; intelectual desde el análisis crítico. Tal como se analizan los filmes de autor europeos en la década de los sesenta, el análisis forma parte de la interpretación. La construcción del contenido televisivo utiliza el conocimiento del espectador para alterar y manipular las tomas de cámara, los ángulos, su inserción en el espacio y el punto de vista. La utilización de tomas complejas le otorgan a la serie un nivel premium a simple vista, debido a la cantidad de inversión necesaria para realizar tal producción.

La estilización de la imagen le otorga un valor especial, que se comienza a apreciar en la última década con la necesidad de establecer una identidad a partir del estilo visual. En el MRC, éste es ofrecido como uno de los atractivos principales,

permitiendo la explotación autoral a través de las marcas estilísticas que establecen. La visión de la cámara es clave en la identificación, comprensión y comprobación de lo que se reproduce en pantalla.

Debido al sistema de producción que se caracteriza por el uso de una única cámara, cada plano puede ser iluminado individualmente, en donde la posición de la cámara previamente planeada expone, y explota, un punto de vista en exceso. Debido al énfasis puesto en la psicología de los protagonistas, la representación subjetiva de un personaje se realiza a través de técnicas de cámara, en donde esta obtiene un valor simbólico que sobrepasa el mero registro de determinadas acciones de la una puesta en escena.

El hecho de utilizar tomas previamente pensadas le otorga una visión especial al contenido y lo diferencia las antiguas series de televisión de estudio, realizadas con múltiples cámaras que mantienen una iconografía y composición absolutamente genéricas. Las series, a pesar de su soporte digital, pasan a ser filmadas, como un largometraje cinematográfico.

Para combatir con los tiempos televisivos, negativamente percibidos, asociados con lo irreal a partir de una corta duración de planos y la utilización de *elipsis* en exceso, las series comienzan a emplear largas y continuas tomas. Las extensas duraciones crean una imagen más cinematográfica y literaria; se comienza a asociar con lo artístico y poético. Los encuadres obtienen una temporalización continua, otorgándole autoridad interpretativa al espectador. (Bignell, 2010).

La posición y angulación de la cámara, por otro lado, se diseña para generar distanciamiento, físico y emotivo. *Homeland*, con el uso de material audiovisual proviniendo de diferentes formatos de registro, especialmente la cámara de seguridad, logra posicionar al público en el lugar físico de los hechos, analizarlos, interpretarlos, y reflexionar sobre ellos. Las imágenes, cada una con propias características, genera una estética que se convierte en estilo; la cámara de

seguridad es, por lo general, en blanco y negro, por lo que el intercambio de esta con elementos significativos y narrativos generan una experiencia híbrida. Va más allá que la imagen televisiva. Obtiene su propia categoría.

Awake, por otro lado, se caracteriza por el uso de una cámara subjetiva que permite ingresar directamente en la mente del protagonista. El *travelling-in* que aproxima la cámara a su rostro para evidenciar que el protagonista a atravesado hacia otra realidad se acompaña con angulaciones asimétricas, mientras que la colorimetría de la totalidad de la imagen se altera para ayudar al espectador ubicarse en aquel mundo y distinguir las dos realidades en las cuales se encuentra. Por otro lado, un fuerte contraste marca cada encuadre, evidenciando el grano filmico sobre la imagen, que es emulado, debido al soporte digital de video en la cual se registra la serie. Los elementos dentro de la composición aparecen gastados y avejentados como resultado de este efecto.

La serie contemporánea se caracteriza, en cuanto a imagen, no por qué recursos utiliza, sino por cómo los integra. La integridad estilística marca la identidad del programa y determina valores que hacen a la calidad, y la buena televisión. La complejización de tomas, por otro lado, también destaca el nivel de producción y los recursos disponibles a los showrunner.

2.3.2. *Mise-en-scène*

La composición del cuadro es uno de los aspectos de mayor importancia en la obra cinematográfica, y, en su extensión, la televisiva. La *mise-en-scène*, término francés utilizado para el análisis de la obra audiovisual, surge para descomponer el texto fílmico en los elementos que componen al encuadre. La denominada puesta en escena se refiere a “[...] la relación entre objetos, personas y masas; la interacción de luz y oscuridad; los patrones de color; la posición y el ángulo de visión de la cámara, así como el movimiento del encuadre” (Konigsberg, 2004, p. 322). Es una

aproximación a todos los componentes que hacen a la materialidad de la imagen, otorgándole un nivel de profundidad y realismo.

La individualidad lleva a la puesta en escena, otorgándole un valor como marca autoral referente a las herramientas técnicas y compositivas que posee el director para representar una determinada situación. El estilo visual y simbólico se construye a partir de la estética que se plantee en la obra audiovisual, en donde la televisión obtiene una influencia cinematográfica a partir de la revalorización de la puesta en escena. Las especificidades de un plano constituido por un número determinado de personajes, objetos materiales y acciones, así como su registro a través del encuadre y su exposición por parte de la iluminación, resultan en una compleja red de componentes cuidadosamente manifestados. El reconocimiento en la producción televisiva por parte de sus creadores en la importancia del recurso genera una reivindicación de la teatralidad y formas arcaicas de la televisión de anteaer, siendo este un elemento cualitativo, un atributo de valor artístico.

La puesta en escena plantea una mirada que obtiene múltiples significados, refiriéndose a lo implícito de la obra. La representación es una palabra clave para el análisis, debido a que, justificadamente, cada elemento que componga el cuadro, o la ventana abierta hacia cual el espectador observa, es representativo de un personaje, un tema, o un mensaje. Se diferencian arquetipos, compuestos por los factores denotativos que los construyen, sean estos apariencias, espacios, gestos, entre otras características puramente del personaje.

Según Casetti y di Chio (1991) la puesta en escena se concierta a partir de mecanismos que contextualizan al mundo que se construye y lo manipulan. El tema, por ejemplo, nace en esta instancia y se caracteriza por crear una unidad general por el cual se organiza la trama de la obra, reforzada a partir de puntos estructurales de la narrativa. Por otro lado, los motivos son elementos que fortifican la literalidad oculta dentro de una obra. Estas se manifiestan en una sucesión de acciones

emblemáticas repetidas a lo largo del texto fílmico. En la serie televisiva, una secuencia de créditos iniciales compleja puede resultar en un fuerte motivo que aporte a la ideología del tema principal, el mensaje que se quiere emitir. Asimismo, debido a la fragmentación episódica de la TV contemporánea, los motivos se organizan en una estructura temática propia de cada programa; varias de estas acciones pueden aparecer en la narrativa.

En *Veronica Mars*, Veronica tiene sueños en donde mantiene un constante diálogo con Lily, su mejor amiga quien ha sido asesinada. Estos sueños exponen las vulnerabilidades de la heroína y la necesidad de resolver aquel caso para recuperar un orden en su vida. Hacia el último capítulo de la primera temporada, este se resuelve, culminando en una secuencia de sueño donde Lily puede descansar en paz, transmitiendo esa misma paz y esperanza a Verónica.

Por otro lado, la mise-en-scène es una forma de contar las partes ocultas de un personaje, así como la justificación de sus motivos en torno a sus deseos y añoranzas. La dualidad encubierta en la camiseta del equipo de basquetbol de Lucas Scott en *One Tree Hill*, que torna a este deporte en más que un juego, debido a la inexistente relación con el padre que lo ha abandonado y la necesidad personal de crecer y explotar un potencial. Marca un punto irreversible para el personaje, debido a la decisión que debe tomar en cuanto a enfrentar sus pesadillas más grandes para cumplir su sueño.

La puesta en escena mantiene una relación intrínseca con la construcción de una diégesis, un verosímil y una realidad. Es la que define a un género e indica al espectador hacia qué universo lo está dirigiendo. La organización de una obra audiovisual, especialmente la televisiva, resta en la relación que existe entre cada objeto, figuras y sus fondos. La profundidad de campo es una instancia de gran valor en cuanto a las herramientas puramente visuales y cinematográficas, ya que marca directamente un campo de visibilidad, evidenciando qué se debe mirar y qué no. El

desenfoque sobre un elemento en particular otorga un grado de significado que genera diferentes sensaciones en el espectador, sean de *suspense*, misterio o de intriga.

La televisión contemporánea utiliza estos recursos para transmitir mensajes y exponer diferentes sensibilidades acerca un tema en particular. Los temas presentados pueden ser repetidos y clásicos, el amor, la muerte, la traición, el exceso, por nombrar algunos, siendo la forma en que se presentan de mayor importancia, tanto para cada obra como para quien la construye. Los contenidos nacen en la puesta en escena, y son la instancia de mayor renovación que presenta el MRC.

2.3.3. La televisualidad

Los cambios que sufre la imagen televisiva en términos estilísticos y compositivos marcan un hito en la construcción del modelo representativo expuesto en la contemporaneidad. La estilización artística no es simplemente un subproducto de la evolución tecnológica, sino un aspecto estimulado por los modos de producción, formato serializado, narratología y el traspase de directores cinematográficos al medio, ya sea en publicidades o programas propiamente televisivos. Caldwell (1995) acuña el término televisualidad para revelar los estilos que comienza a emplear el medio en la década de los ochenta con énfasis en el aspecto Hollywoodense de este.

En la batalla por el competitivo mercado de broadcasting, los aspectos distintivos e identificables generadores de estilo son las instigaciones por la muestra de la imagen televisiva como forma cultural autónoma. Las cantidades de estilos en la programación actual se revelan como uno de los privilegios más grandes de la televisión, siendo estos un vehículo para el contenido, ideologías y conflictos dramáticos. Las expectativas de la audiencia en cuanto a la calidad de esta imagen

se torna en una necesidad por parte de la televisión de network en apostar por propuestas más arriesgadas y dirigidas a públicos específicos, como comienza a hacerlo el cable con la hibridación de medios en conjunto con influencias cinematográficas del largometraje.

Se categorizan dos tipos de aspectos visuales en la televisión, el cinematográfico y el videográfico, emitiendo diferentes grados de visualidad en relación a cómo se utilizan las herramientas audiovisuales analizadas previamente. Lo videográfico refiere a todo lo congruente con el formato de video, históricamente asociado con prácticas audiovisuales negativas por la pobre calidad de imagen. CNN utiliza este método para obtener un estilo único que reúne gráficos, materiales de video de diferentes formatos y elementos generados en el computador, abarcando las posibilidades que ofrecen las tecnologías de la actualidad, obteniendo mayor control sobre el estilo visual de su imagen y presentación.

Asimismo, la influencia del film Hollywoodense es el estilo cinematográfico. Los dramas serios del MRC utilizan este formato en exceso, experimentando con él y creando un estilo propiamente televisivo al alcanzar los estándares de un largometraje en términos de imagen. Este se traduce directamente al *look* de film en la televisión, ofreciendo espectáculo, altos valores de producción y cinematografía de una película. Es una sofisticación de la organización de los componentes visuales y compositivos que comienzan con la llegada del cable por parte de la televisión de network como tácticas para contrarrestar la pérdida de audiencia a las nuevas cadenas.

Como consecuencia, la televisualidad genera una inversión estructural en donde el estilo ya no es una categoría específica en la programación, sino que se convierte en la esencia del show. Los aspectos de presentación de la televisualidad no son pretexto de aquello considerado de alta cultura, aunque aquella percepción crítica es comúnmente atribuida a la obra cinematográfica, aproximando a la

televisión a esta. Igualmente, el mismo proceso de estilización se convierte en el estilo en sí, en donde la actividad de constante reinención e innovación en aspectos de identidad visual de un programa o un canal define a la exhibición televisual.

Por consiguiente, la puesta en cuadro se relaciona con la forma en que la imagen es expresada. El uso de determinadas herramientas técnicas como los diversos tipos de lentes, movimientos de cámara, y el tamaño de encuadre son factores que le otorgan un significado a la imagen, y como consecuencia un nivel determinado de televisualidad. (Casetti y di Chio, 1991). Cómo se registra el mundo construido y la mirada otorgada son elementos básicos del lenguaje audiovisual, añadiendo una dimensión de significado a la imagen plana y artificial.

Los factores culturales, sociales y económicos analizados subsiguientemente reforman el discurso televisivo desde diferentes aspectos de su realización y percepción. La imagen, en cuanto a objeto tecnológico, así como valor de calidad tanto en definición como composición, son efectos de aquellos principios que constituyen la televisualidad y le otorgan una identidad propia y reconocible simultáneamente.

2.3.4. Análisis de imagen en Game of Thrones

El episodio *Blackwater* es un evento televisivo escrito por George R. Martin, autor de los libros sobre los cuales se basa la serie. El capítulo cuenta con los efectos especiales más ambiciosos de la historia de la televisión, tratándose de una batalla naval que ocurre de noche durante una tormenta. Utilizando múltiples cámaras para registrar la acción desde diferentes puntos de vista, la batalla logra un nivel de imagen a la escala de grandes producciones de Hollywood. Es la culminación de los avances que ha obtenido la televisión en la última década, contando con una fuerte línea narrativa que sostiene los efectos que hacen de este episodio un espectáculo.

La batalla de *Blackwater Bay* se convierte en un evento casi histórico, dentro del universo de *Game of Thrones*, que se prefigura desde los comienzos de la segunda temporada. Marca el comienzo de la lucha por el trono de hierro. Este es el primer episodio en mantener el foco en un mismo lugar, *King's Landing*, en contraste con la tendencia rotativa que presentan los otros capítulos que siguen al vasto elenco en diferentes regiones de *Westeros*.

La secuencia comienza a partir del descubrimiento de la flota enemiga en las oscuras costas del *Narrow Sea*, la única entrada hacia la capital. Se utilizan planos panorámicos en donde, debido a la oscuridad de la noche y la neblina, los barcos aparecen casi de forma sobrenatural. El montaje paralelo fragmenta las acciones iniciales, mostrando a los personajes en la ciudad preparándose por un lado y al ejército opuesto. Los fuertes muros de la ciudad son iluminados por antorchas, creando un clima especial en el lugar y una tonalidad que establece el estilo visual de todo el capítulo.

También, genera suspenso, reforzado por tambores que resuenan en combinación con instrumentos de cuerda desde la banda sonora. Un barco fantasma, correspondiente a el ejército de la familia real, se aproxima a la primera ola de barcos de vela del enemigo. Los encuadres son cuidadosamente utilizados, marcando la incertidumbre del señor Tyrion, por un lado, y la fuerza del ejército *Baratheon* por el otro. Dentro del barco, se emplean planos generales para establecer el lugar, y además cuenta con ordenadas filas de arqueros que se preparan para gestionar el primer movimiento. El clima, en contraste con la capital, es frío y tenebroso, ocultando al ejército en la oscuridad tras la pesada y metálica armadura que conforma la vestimenta.

La imagen es puramente representativa de los temas principales de la serie, referentes al terror, la incertidumbre, el poder y la corrupción. El fuego es un elemento constante en los muros de la capital, evidenciando calidez y valentía frente

a lo desconocido visto en la costa. La musicalización instrumental se torna intensa para acompañar el suspenso en imagen. El barco vacío se detiene frente al del comandante del enemigo. Líquido verde comienza a derramarse hacia los costados, ingresando la sustancia tóxica dentro del agua.

Un arquero en King's Landing posiciona su flecha en una única llamarada de fuego. La acción que ha de tomar lugar se extiende a través de encuadres que muestran dos puntos de vista, desde el rostro de incertidumbre de Tyrion hasta el congelado comandante al descubrir que se trata de *wildfire*, o fuego salvaje. El arquero apunta hacia la oscuridad y dispara. La música se detiene abruptamente, en donde el sonido de la flecha viajando a gran velocidad hacia el mar marca un silencio. Un paneo detrás del comandante acompaña el movimiento de la flecha volando frente a sus ojos. Esta cae en el mar donde se ubica la sustancia tóxica, incendiándola y dispersándola sobre la totalidad de la flota enemiga.

Los barcos estallan. Se utilizan encuadres fragmentados desde diferentes puntos de vista mientras el fuego supernatural consume a los barcos, despedazándolos madera por madera. Los escombros se dirigen hacia la misma cámara. La compleción de la explosión se manifiesta en un plano general desde los muros del castillo que muestran a los soldados del Rey agachados mientras observan una gran detonación verde iluminar la bahía negra. Los personajes principales en este lugar se muestran a través de primeros planos, sus rostros enverdecidos para evidenciar el alcance de la explosión.

Gritos de los soldados se escuchan entre las fuertes llamaradas mientras estas crecen exponencialmente. Estos se muestran directamente frente a cámara. Cuerpos humanos completamente calcinados se ven cayendo hacia el agua, envueltos en llamas. El montaje en esta instancia es aún más rápido y dinámico, intensificando la desesperación de estos hombres.

La bahía se muestra en un plano general, con grandes llamas amarillentas quemando las velas de los barcos y las verdes sobre la superficie del agua. Planos de otros puntos de vista muestran el derrumbe de cada uno de estos. Un fundido a negro marca el final de la secuencia.

Blackwater representa a la serie en su totalidad, consolidando su imagen en cuanto a los estilos visuales, estéticos y narrativos de la misma. El episodio funciona como un gran acontecimiento en donde se manifiestan los diversos aspectos del género fantástico, fragmentados durante dos temporadas, en un misma hora televisiva. Se fusiona el elemento emotivo exitosamente a través de los personajes, desplazando perspectivas en cada historia individual y llevado a gran escala, a la escala de un largometraje de estudio de Hollywood. El capítulo es un hito en la historia de la televisión al poseer cada característica del MRC, evidenciando la estructura necesaria para realizar televisión de calidad.

En principio, la secuencia analizada obtiene un nivel de imagen absolutamente cinematográfica. El episodio es un largometraje de corta duración, realizado en base a los limitantes tiempos que caracterizan a la producción televisiva. La organización interna del equipo de pre-producción y de post-producción es clave para lograr una hora de contenido con abundantes y complicados efectos visuales especiales, diseñada en base a la historia para crear un flujo de trabajo eficiente y realizable. La serie cuenta con un equipo técnico de cientos de integrantes, sobrepasando el número de miembros de equipos de series realizadas por televisión de network. David Benioff, co-creador y productor ejecutivo de *Game of Thrones*, sostiene que su equipo realiza diez horas anuales de contenido de ciencia ficción fantástico y épico en menor tiempo que una producción de largometraje de dos horas de duración. (Hibberd, 2012).

El modelo de organización interno genera una ruptura en la producción industrializada de la programación televisiva, en donde realizar contenido de calidad

artística se prioriza sobre el número de sets de televisión encendidos durante su emisión. Si bien los procesos sistematizados de la producción no logran cambiar por completo, el empleo de diferentes esquemas productivos, mayormente por la importancia de la post-producción como consecuencia del uso de efectos especiales, genera una alteración desde el interior del sistema, modificando estrategias acorde las necesidades de cada programa específico.

Por otro lado, la calidad también es determinada por los niveles de producción, aproximándose a una imagen cinematográfica a través de la cantidad de recursos, y el presupuesto, utilizados para lograr el episodio. Los productores contratan a Neil Marshall para este capítulo, un director de cine quien se destaca por haber realizado filmes de acción intensiva con menores presupuestos. Las necesidades económicas y artísticas se combinan en esta instancia, creando un cruce que prueba ser compatible y realizable.

Asimismo, existen otros elementos dentro del relato que establecen a la imagen como cinematográfica, iniciando con cómo se registra la gran batalla naval, y terrestre, que toma lugar durante el mismo. Las restricciones presupuestarias limitan la escala a la cual pueden crecer todos los elementos en pantalla. La inclusión de tomas aéreas durante el batallón se eliminan desde el principio, en donde en su lugar se utilizan encuadres viscerales, predominando los atributos emotivos de la guerra. De esta forma se crea un relato realista, presentando un punto de vista desde los diferentes personajes emulando una guerra real. La imagen es caótica y dinámica, manteniéndose firme en la tierra. La acción sucede directamente ante el personaje, y, como extensión, del espectador. El capítulo se enfoca en individuos, en contraste con las grandes batallas cinematográficas donde soldados sin rostros visibles atrapan al espectador meramente por el espectáculo visual conformado por la imagen y la puesta en cuadro; la identificación con estos personajes es más anclada en la serie, promediando la narrativa con su representación visual.

Grabado en Belfast, las locaciones refuerzan el nivel de realismo del lugar. Los efectos climáticos son verdaderos. El viento, la neblina, así como las expresiones de los personajes son reales, intensificando el drama en imagen. Estos detalles le otorgan calidad al producto final, distanciándose de lo abaratado, falso o artificial por límites presupuestarios.

Como se ha mencionado al comienzo del análisis, el guionista de *Blackwater* es G. G. Martin, autor de los libros originales. En adición a esta figura autoral, la intervención de un director de cine, así como los respectivos showrunners de la totalidad de la serie, crean una combinación completamente única. La marca autoral se divide entre estas figuras pero es evidenciada a lo largo del episodio, manifestando cada estilo. Es tan literal como cinematográfico, así como televisivo; representa la hibridación de medios en todo su esplendor.

Ramin Djawadi, el compositor de la musicalización del episodio, construye momentos que van desde lo silencioso, lúgubre y melancólico hasta lo explosivo, caótico y siniestro. El nivel de detalle del sonido se equipara con el grado de visualidad que obtiene la imagen, complementándola y consolidando una densa atmósfera, evidenciando el terror que experimentan los personajes. El *score* compuesto es propio de la serie, diseñado específicamente para este capítulo.

Blackwater es una culminación de los temas establecidos al principio de *Game of Thrones*, sirviendo como una expresión representativa de la ambición, el poder, la desigualdad entre géneros, y la fe. El nivel cinematográfico de la imagen se presenta desde las promociones emitidas por HBO previas a su estreno, diseñados con los mismos códigos del *tráiler* de cine. Utilizando una densa y marcada sintonía, intertítulos advierten sobre la batalla de la bahía de *Blackwater*, exponiendo a los principales jugadores a través de sutiles fundidos a negros y una rápida secuencia de imágenes de armas, fuego, y combate físico. Se coloca una fecha, la de su

estreno, como el evento histórico de la batalla que cambiaría la integridad del programa para siempre.

2.3.5. El sonido televisivo

El sonido es un aspecto formal frecuentemente pasado por alto en el análisis del texto televisivo. En la crítica cinematográfica, la estética y técnica del sonido es un punto de análisis tan importante como la misma imagen. El uso de música extradiégetica, es decir ajena al mundo del texto, crea intratextualidad, un mecanismo referencial interno de un programa que vincula los momentos claves de la narrativa con notas musicales diseñadas específicamente. (Wilcox, 2010).

La televisión contemporánea cuenta con una utilización del sonido que genera climas, establece atmósferas y crea unidad en la obra. La música se utiliza en *segue* entre escenas tanto en la televisión como en film, ablandando la transición entre escenas, pero la variedad ofrecida en el programa televisivo no encuentra equivalencia en la obra cinematográfica. Esto se debe a que en cine, la música se utiliza para establecer un tema, mientras que la serie varía, evoluciona y modifica los significados vinculados con el uso de determinadas musicalizaciones.

La obra televisiva puede caracterizarse por una canción en su secuencia de créditos iniciales, por ejemplo, un elemento que el film por lo general no utiliza, pero si da identidad a un programa. Por otro lado, existen diferentes formas de establecer un estilo sonoro; el uso de música diégetica, instrumental para acentuar diversas emociones, la utilización de música ya existente compilada para la serie o una combinación de todas estas.

Desde los comienzos del medio, una memorable canción principal era suficiente para atraer al espectador al universo de la serie. En una era donde las referencias de la cultura popular construyen parte del relato, este concepto se ha expandido en algunas series que se benefician por utilizar, y promover, cierto tipo de

música. Asimismo, un recurso para reproducir música es vincularla a través del personaje dentro del universo de la serie a través de sonido diégetico, en donde las elecciones de qué está escuchando no es arbitraria, sino una fracción de su personalidad. (Halfyard, 2010).

El uso de temas instrumentales, en contraste con canciones líricas, genera un contenido que consiste en ricas asociaciones y códigos culturales musicales que permiten una escucha, un entendimiento, potencialmente más simbólico en relación a la imagen visual. La música de palabra hablada obtiene un lenguaje articulado que denota significados de por sí, por lo que la música instrumental permite una articulación de valores por parte del espectador mientras, inconscientemente, vincula las notas con las acciones, o momentos, en pantalla.

En la actualidad, la TV utiliza tanta música como el film, modificando el significado y los valores simbólicos impuestos por el guionista y el director. El rol de *music supervisor* cobra importancia en la última década en la producción televisiva debido a la importancia demográfica que se generan con la vinculación cultural forjada por los tipos de música en la audiencia. Su trabajo consiste en una lectura del guión y la búsqueda de material musical adecuado para determinadas escenas. Estableciendo acuerdos con sellos discográficos para la promoción de bandas y músicos, se forma un cruce de industrias en donde se consolida una sinergia entre el programa, la música y el público.

One Tree Hill se destaca de la programación de dramas serias de network a fines del 2003 por la selección musical sobresaliente que logra marcar una nueva generación de jóvenes con una inclinación hacia las bandas indie, generando una identidad propia en el proceso. Cada episodio cuenta con hasta cinco piezas musicales de diferentes artistas que logran acentuar momentos, intensificar tensiones dramáticas y automáticamente generar un vínculo con el numeroso elenco de caras frescas y nuevas para la cadena. El título de capítulo es el nombre de una

canción y se coloca de forma externa al relato, que se utiliza para mantener una relación entre el mundo de la música real y el ficticio explorado en la serie a través de Haley James Scott, una de sus protagonistas; este recurso presenta oportunidades de músicos invitados al programa para llevar a cabo *performances*.

La aparición de diferentes artistas le otorga una calidad especial a la serie, explorando diferentes sensibilidades dentro de los conflictos dramáticos por el cual atraviesan los protagonistas. El show es el primer programa televisivo en utilizar un recurso plenamente cinematográfico, el uso de una *coda* al final de cada capítulo, es decir, la reproducción de una canción en su totalidad, generalmente extradiégetica, mientras se muestran diferentes situaciones y personajes, creando una propia unidad que vincula a estas escenas, culminando en los créditos finales del episodio. La intensidad dramática es evidente y refuerza los temas centrales de la serie.

Las restricciones presupuestarias, por otro lado, exigen de los guionistas, showrunners, y music supervisors la introducción de bandas poco conocidas entrecruzadas con una, o dos, canciones de músicos del momento. La estrategia genera un balance, económico por un lado, y cultural, por el otro. Apela a un demográfico en búsqueda de lo actual y popular mientras le ofrece material alternativo que puede resultar de interés.

El CW, cadena emisora de *One Tree Hill*, dedica una sección de su sitio web al compilado de temas musicales utilizados en cada una de sus series, clasificado por temporada y número de episodio. El catálogo destaca álbumes nuevos, brindando la oportunidad de comprarlos, descargarlos y reproducirlos en diversas tiendas virtuales online. Asimismo, construye perfiles por cada personaje ficticio en donde crea *playlists*, o listados de canciones, que caracterizan a estos, añadiendo un valor que sobrepasa a la serie por completo. La popularidad de una determinada serie también resulta en *soundtracks* de la serie por temporada, en donde los acuerdos

con los sellos discográficos le permite al canal crear álbumes con canciones de diferentes artistas escuchados, o vistos, en la serie.

En términos técnicos, *Nikita* ha logrado críticas positivas al obtener una mezcla de sonido elaborada. Siendo una serie de acción, los diferentes elementos que hacen a la banda sonora, como los *foleys*, diálogos, música, sonidos de fondo, entre otros, están cuidadosamente ecualizados y combinados para equipararse con la imagen. Es un acercamiento a nivel cinematográfico principalmente por el detalle que se le presta a cada elemento dentro y fuera de campo, que le otorga realismo y ayuda a construir un universo entero.

La diversidad cultural que presentan los protagonistas de la serie se refleja, o transmite, a partir de la musicalización en determinados momentos. Alex, aliada de Nikita en su lucha contra el gobierno corrupto, es de origen ruso, a pesar de verse como una versión americanizada del inmigrante a partir de sus modales y apariencia general. En momentos donde sus orígenes son claves para el relato, se utiliza un *leit motive*, una musicalización específica que se asocia al personaje. Esta es instrumental, remitiendo a la música clásica. Históricamente, la música clásica reproducida en las series americanas se utiliza para evidenciar las raíces europeas que conlleva un determinado personaje. (Halfyard, 2010).

Por otro lado, también por cuestiones presupuestarias, la música en televisión es producida en sintetizadores, en contraste con las orquestas o bandas en vivo que se graban para su uso en film. Si bien es un detalle técnico e imperceptible para el espectador común, es característica de la TV y, especialmente, *Nikita* en cuanto a su temática general, reforzándola. Siendo una continuación de una serie, que en sí proviene de una película cuyas expresiones futurísticas son exageradas, la serie actual establece una sintonía que suena tan digital como de ciencia ficción, evidenciando la tecnología de última generación que se emplea en la central de *Division*.

El sonido de la televisión está directamente vinculado con el género de un programa. Los códigos visuales establecidos también se respetan en la banda sonora, quedando en manos de su autor cómo juegan en la narrativa y que efectos logran causar. El uso correcto, en cuanto a momentos de la narración, el estilo, y la estética de una serie le otorga valores de calidad que se encuentran en constante aumento.

2.4. La serialización y el formato televisivo industrial

El formato televisivo actual mantiene viejas tendencias relacionadas con los tiempos de producción y el esquema de emisión por episodio de forma linear. A pesar de los cambios representativos, las series se siguen rigiendo por un modelo de producción que se ha mantenido casi inalterado en las últimas cinco décadas. La televisión es considerablemente industrializada. Los programas toman forma de serie al ser un conjunto de episodios que forman una temporada, lo que implica cierta continuidad en cuanto a la producción de ideas concretas sobre lo que será cada capítulo emitido, manteniendo una organización consiente de los tiempos entre emisiones y a través de qué plataformas de distribución.

La televisión proyecta una cantidad de episodios determinados, manteniendo un ritmo de producción acelerado, en contraste con los tiempos de producción del cine. Durante el rodaje de un episodio, el anterior se encuentra en su etapa de post-producción, mientras, en simultáneo, se emite uno y se escribe el próximo. Los capítulos salen al aire con cuatro o cinco ya finalizados, pero los tiempos de post-producción, especialmente aquellas series de ciencia ficción o fantasía, pueden alargar procesos y demorar la tira semanal de contenido. Por otro lado, cada obra cinematográfica es una realización en sí misma. Por más que existan presiones desde los estudios en cuanto al tiempo de producción, los equipos se arman en

torno a un solo proyecto, y el foco se mantiene en aquella única obra, destinando todos los recursos técnicos y económicos a la finalización del film.

La denominada serialización se ha ido alterando desde sus comienzos. Lo que inicia como una necesidad de llenar un baldío, y luego rellenarlo con obras pre-existentes exitosas, crea intencionalmente un patrón de organización de los programas de televisión que excede la ya establecida grilla de programación. La cantidad de capítulos por temporada se perfila en torno al consumo, y, en la actualidad, el contenido. Veintidós capítulos conforman una temporada televisiva convencional de network, pasando por un proceso de validación en cuanto a la renovación por parte del estudio. Es decir, la orden de un piloto de televisión da pie al inicio de una temporada, por lo que una orden inicial de trece guiones, y luego capítulos, prosigue.

El éxito comercial, medido en puntos de rating que evalúa el número de espectadores dentro de parámetros, garantiza su renovación, obteniendo un *back-nine*, o nueve-de-vuelta, completando la temporada con los nueve capítulos restantes. El proceso se repite por años, en donde el poco nivel de audiencia de un programa con años en el aire puede venderse a otros canales a través de la sindicación, creando una vía de ingreso de capital alternativa y rentable, iniciando un ciclo de reciclaje dentro de la misma industria.

La sintaxis de los capítulos desemboca en estructuras narrativas que aprovechan el recurso con el concepto de fragmentar el relato de tal forma que resulte más fascinante para el espectador. Los conocidos recesos de la temporada televisiva del otoño, comenzando en septiembre de cada año, dividen dicha temporada en bloques. Toda programación se suspende en diciembre antes de las fiestas de fin de año, por ejemplo, para ser resumidas en enero, debido a la medición de audiencia realizada que indica un declive de espectadores durante esta épocas, resultando difícil retomar las historias más adelante. Esta pausa se utiliza

creativamente, dejando preguntas abiertas, generando intriga, o planteando nuevos problemas a ser explorados al próximo mes. Este aspecto es únicamente televisivo y propone un nivel de atención mayor, por lo que implica mayor dedicación y participación por parte del espectador. La original *Dallas*, a fines de los setenta, causó una explosión cultural cuando J.R. Ewing, uno de sus protagonistas, es disparado en el último capítulo de la primera temporada, dejando abierta la pregunta de quién realizó la acción por tres meses antes de su retorno en septiembre. Un fenómeno cultural en los Estados Unidos, el comienzo de su segunda temporada fue el capítulo más visto de la serie, simplemente por el hecho de ver una resolución a la historia inconclusa. Este recurso se emplea desde aquellas épocas, y funciona como gancho para mantener a los espectadores que nadan en un vasto mar de programación que, en la actualidad, es casi infinita.

Los capítulos se organizan en distintas formas. Dependiendo el formato que adopte la serie, pueden ser auto-contenidos, en donde se presenta un conflicto, un desarrollo, y se resuelve dentro del mismo capítulo. El recurso obtiene un valor agregado cuando sirve para aportar al arco dramático general de la serie, resolviendo cabos que dan a una unidad mayor. Por otro lado, la utilización de la mitología es un gran aporte a la longevidad de las series. Introduciendo elementos que profundizan la historia principal de una serie le otorgan más contenido y posibilitan un mayor grado de desarrollo para sus personajes.

Nikita comienza su primera temporada con una propuesta, destruir a la agencia gubernamental *Division*, controlada por el ingenioso Percy. Sin embargo, mientras avanza la historia, los protagonistas descubren que detrás del villano hay aún más responsables por los ataques y crímenes cometidos. Es una creciente conspiración que presenta cada vez más obstáculos e información a superar. Esta mitología, común en series de estilo *sci-fi*, o géneros sobrenaturales, como *Buffy The Vampire Slayer* (Whedon, 1997), *Alias* (Abrams, 2001) o *Dollhouse* (Whedon, 2009), refuerza

un enlace lineal y una guía a seguir a lo largo de la temporada, presentando capítulos que sirven como pequeños fragmentos de una historia, acomodados de tal manera que uno esté directamente vinculado con el anterior y el próximo. Este formato genera intriga, tiene un gancho que mantiene el interés del espectador y deja tantas preguntas abiertas como resueltas en un mismo episodio. Las series más reconocidas críticamente mantienen un balance de formatos. Si el episodio es auto-contenedor, debe tener el suficiente peso para construir una historia mayor que una a todos los capítulos en un determinado momento, como puede serlo la final de temporada.

En contraste, la llamada serialización es una consecuencia a las historias continuas, algo que muchos productores de la actualidad intentan evitar. Si bien el formato televisivo es inevitable en el sentido de cómo se manejan sus tiempos, existen casos en donde la serialización de una temporada y la cantidad de información ofrecida por capítulo es mucha, por lo que si el espectador no logra ver el capítulo anterior automáticamente se queda afuera; se siente alienado del contenido y la historia. No puede seguir con el mismo y pierde el hilo que se teje a lo largo de la temporada.

Por más que cada episodio presente al espectador con un breve resumen de lo sucedido a lo largo de la serie, o capítulos anteriores, no es suficiente para recomponer cada línea historia que presenta el relato. Series como *Smallville* (Gough y Miller, 2001), por ejemplo, logran cerrar cada historia introducida en el comienzo del capítulo, dejando abiertas posibilidades para lo que resta de los siguientes episodios, aportando a una mitología general que sobrevuela la serie. También es un beneficio para la cadena emisora, ya que una serie des-serializada implica menos dificultad a la hora de *reruns*, o las repeticiones que se emiten en los recesos de temporada o una vez ya insertada la serie en sindicación. La estructura

televisiva serial permite un nivel de elasticidad narrativa que el cine carece. (Abbott, 2010).

Por otro lado, *Alcatraz* (Sarnoff, Lillien y Wynbrandt, 2012), puso en marcha un sistema de conciencia para evitar la pérdida de espectadores. En cada bloque publicitario, el nombre de la serie aparece con el corte de cada secuencia, reanimándose al final de la tanda publicitaria. Este ayuda memoria logra que el espectador sea consciente de lo que está mirando en todo momento, combinado con un formato de narrativa que sigue a una detective que investiga la reaparición de los prisioneros de la prisión Alcatraz en la década de los setenta en la actualidad. Cada capítulo presenta a un criminal a atrapar, y así sucesivamente hasta su clímax a final de la temporada. *Alcatraz* fue un intento fallido, cancelado al terminar su capítulo número 13. Sin embargo, muestra la clara división entre el formato televisivo, o el formato dentro del formato, ya que la estandarización del orden y cantidad de episodios está, en general, establecida.

Afortunadamente, las posibilidades tecnológicas permiten acceso a la programación entera de un canal determinado, pudiendo comprar, alquilar, descargar y rever temporadas enteras que puedan ser visualizadas de principio a fin. Este recurso se toma en cuenta a la hora de renovación de una serie, ya que es un factor comercial importante. Los canales de televisión están apuntando a una combinación de la serialización. Una de las particularidades que tiene la televisión es la posibilidad de contar una historia completamente fragmentada, fuera de orden cronológico, y dar información con a un paso adecuado para el género correspondiente o las temáticas que se ponen en juego. El sistema permite el desarrollo de diferentes personajes de la narrativa, renovando arcos dramáticos constantemente.

The Newsroom, una serie de diez capítulos por temporada, retoma estos recursos narrativos para maximizar las emociones que transmite a través del

contenido. Tratando las vidas de un equipo de noticias, cada capítulo gira en torno a un hecho histórico tomado de la realidad, como la muerte del terrorista Bin Laden, las elecciones presidenciales en los Estados Unidos o el desastre ecológico del derrame de petróleo en las costas del golfo de México del 2010. Cada capítulo avanza semanas, meses y hasta años, en donde cada relato es autónomo, pero aporta a una mitología que abarca el núcleo de la totalidad de la serie. *The Newsroom* tiene características televisivas por excelencia, tomando algunas influencias cinematográficas incrustadas en el MRC, creando una obra que aspira al realismo y la reflexión sobre esa realidad.

La dualidad que presenta la serialización, en cuanto a las formas de diseñar el relato, presenta muchas oportunidades narrativas. El hecho de poder contar una historia continua es un elemento clave de la televisión que el cine no posee. Es un desafío en sí mismo y el efecto sobre el espectador es único, fortaleciendo la identificación que siente con cada uno de los personajes.

2.5. Estructuras narrativas alternativas

El MRC Televisivo cuenta con una serie de articulaciones estéticas y narrativas basadas en la cinematografía, pero existe una característica esencial que ha posicionado a la televisión como un medio completamente diferente al cine. Las estructuras narrativas alternativas ofrecen la posibilidad de contar más de una historia simultáneamente, a lo largo de diversos episodios, entre múltiples protagonistas y en diferentes situaciones.

Pocas veces realizada exitosamente en film, esta característica termina de consolidar el modelo de representación contemporáneo que incluye a la narrativa como parte integral del discurso televisivo. Especialmente populares en series de dramáticas, *One Tree Hill*, *Awake* y *The Newsroom*, demuestran la habilidad de mantener varias líneas de historia al mismo tiempo, jugar con sus tiempos y fundirlas

unas con otras. Del Teso (2011) define dos tipos de estructuras narrativas alternativas, las secuenciales y de múltiples protagonistas.

2.5.1. Estructuras alternativas secuenciales

Las estructuras alternativas secuenciales son la base de la narrativa televisiva, relatando dos o más historias interrelacionadas. Cada una de estas historias cuenta con un conflicto dramático propio, así como puntos estructurales independientes, ya que su base es la estructura clásica que se presenta en tres actos, siendo estos una introducción, desarrollo y desenlace, alterados por puntos de giro que re direccionan cada relato. El uso de este tipo de estructuras en la actualidad resulta en un balance que permite diferentes enfoques episódicos, en donde los protagonistas llevan a cabo una historia principal mientras que personajes secundarios protagonizan sus propias historias más acotadas y menos estructuradas.

Los personajes secundarios permiten el paso de una historia a la otra, aportando información a la mitología o problema central que abarque una temporada entera, superando los conflictos independientes de cada capítulo. La complejidad del relato se proporciona a partir de cómo se presentan las historias, en cuanto a tiempos, espacios y la duración que se le otorga en su trayectoria.

2.5.1.1. Estructura secuencial en paralelo

La presente estructura secuencial presenta a dos o más historias de manera simultánea, en donde el comienzo de cada una es análogo. Su desafío yace en qué se muestra de cada relato dentro de su progresión. El tiempo representado es lineal, por lo que no pueden ocurrir saltos temporales en relación al resto de las historias. Este recurso narrativo es más semejante a la realización televisiva de los periodos anteriores de la televisión, ya que los hechos ocurridos se exponen como una grabación en vivo. Se mantiene una cronológica lineal, por lo que si se elige mostrar un hecho particular de una historia específica, ese tiempo no puede volver a

retomarse en otras historias que ocurren en paralelo. El trayecto es siempre hacia delante, permitiendo un relato dinámico en cuanto a la sucesión de hechos.

2.5.1.2. Estructura secuencial lineal

Una de las características del MRC implica el grado de participación que posee el espectador en relación al contenido representado en pantalla, por lo que las estructuras narrativas deben explotar la interacción otorgada a través de la narratología. La estructura secuencial lineal involucra al espectador a mayor medida que la paralela, debido a la forma en que cada historia se interrelaciona con la otra. La temporalidad no se presenta con una cronología tan estricta como la estructura anterior, en donde el guión final presenta su propia red de sucesos, alterando los tiempos de cada historia independiente, pero manteniendo un hilo temporal lógico como unidad contenedora.

Asimismo, se permite la representación de hechos de diferentes historias que, si bien en cada una independiente tienen un orden temporal, este se puede alterar en el guión final. De esta forma, los sucesos de una historia no ocultan los que ocurren en otra, quedando a criterio del escritor la forma en que se da la información y cómo se pasa de un conflicto a otro. Sin embargo, el retorno a cada historia en particular debe hacerse en un momento posterior al último en que fue expuesta. Es decir, no se puede jugar con la temporalidad de cada historia individual, pero sí con el conjunto de historias que forman una unidad y un conflicto nuclear de un capítulo. (Del Teso, 2011).

2.5.1.3. Estructura secuencial no lineal

Por último, la estructura secuencial no lineal toma todos los elementos de la secuencial lineal pero invierte el orden en la cual se exhibe cada relato en cuanto al guión final. La temporalidad puede alterarse con mayor libertad, en donde se puede retomar una situación o hecho anterior a uno ya contado, creando un complejo

tramado de relatos que, si no están diseñados de cierta forma que generen una unidad y un ritmo establecido, puede resultar confuso y distanciar al espectador. De hecho, es la estructura que mayor participación exige del espectador, ya que es el responsable por organizar, comprender, y recomponer los trozos de información ofrecidos a lo largo del episodio.

2.5.2. Protagonistas múltiples

Por otra parte, la televisión se caracteriza por el desarrollo y la progresión de más de un protagonista, a diferencia de la obra cinematográfica que centra una figura nuclear que hace avanzar el relato. Las historias secundarias de cada personaje principal dentro de esta estructura son tan ricas como el relato sustancial que atraviesa una serie televisiva, complejizándolo. A diferencia de la estructura narrativa clásica, envuelve a un grupo de personas con un objetivo en común; además, cada individuo tiene sus propios conflictos y obstáculos a vencer.

Debido a la cantidad de información otorgada en diferentes capítulos, cada personaje obtiene un enfoque dividido a lo largo de una temporada. Este modelo se utiliza con frecuencia para plasmar diferentes puntos de vista sobre una temática determinada que los supera. En la actualidad, varias de las series diseñadas con este recurso mantienen un balance entre el tiempo de proyección de cada personaje y su relato correspondiente.

2.6. La inversión de roles en el MRC

La realización audiovisual, tanto la cinematográfica como la televisiva, cuenta con un organizado equipo de producción en todas sus etapas para lograr la emisión o exhibición de una obra. Debido al carácter *fordista* de la industria televisiva, a través de la serialización, los roles que hacen a la realización televisiva diferencian de los que intervienen en la producción cinematográfica. La figura del productor en la televisión siempre ha tenido más importancia desde el interior del proyecto, en

cuanto hacia donde se dirige la serie y cuales son los escalones que se deben atravesar, y externos, en cuanto al reconocimiento por el éxito, o fracaso, del programa. A partir de la última década, el MRC ha introducido, especialmente en canales de cable como *Showtime* y *HBO*, realizadores de cine en la producción televisiva. Este simple hecho genera una gran ruptura en cuanto a la división del trabajo y los roles que intervienen en toda producción.

Hasta la actualidad, el director en televisión dominaba el *switcher*. Este dispositivo, más reconocido en ámbitos puramente de estudio como los noticieros, permite una edición *quasi* en vivo. Vincula las cámaras que sean, dos, tres, o más, y es responsable el director por *punchear* la cámara que quiera salga al aire según la imagen que expone. Permite una secuencia dinámica, un rápido pase de un plano al otro. Facilita la edición, es material que se monta y compila de forma instantánea una vez escogido el plano. Sin embargo, estas características presentan grandes limitaciones. El hecho de necesitar cambiar de plano constantemente implica una puesta en escena básica, careciendo del detalle de cada elemento u objeto al ser algo difuminado en un fondo que quizás nunca saldrá al aire.

El dinamismo del montaje se pierde en los planos genéricos, que no logran salir de un *découpage* clásico, es decir, un molde de yuxtaposición de planos que implica una lectura coherente con la interpretación del espectador, en donde se exponen planos enteros o de situación, ubicando al espectador en aquel espacio, que luego se convierten en planos más cerrados sobre los personajes, según las acciones dramáticas. El ejemplo más identificable es el plano-contraplano que mantiene una linealidad absoluta en una conversación o enfrentamiento entre dos personas.

Los avances tecnológicos y la expresión artística potenciada en el MRC cambian por completo el hecho de dirigir televisión. El hecho de que los directores cinematográficos, como Spielberg, Scorsese o Campanella ingresen al mundo

televisivo también implica un punto de acceso que ofrece un mayor grado de expresión. Sin embargo, hay otra característica clave que diferencia al mundo cinematográfico con el formato de televisión. Los directores van y vienen, trabajando en una relación *freelance*, llamados para trabajar en pocos episodios de una serie; los capítulos cambian constantemente estéticamente.

La figura del productor se mantiene como la responsable por toda la serie, pero pasa a ser *showrunner*, y, mientras mapea el camino por el cual deberán pasar los protagonistas y escribiendo los guiones, el director toma cada capítulo como un proyecto en sí mismo. Una serie de televisión puede trabajar con diferentes directores para diferentes capítulos. Scorsese, por ejemplo, dirige el piloto de la serie *Boardwalk Empire* (Winter, 2010), para HBO. Al ser el primer capítulo de la serie, establece una estética y estilo desde el comienzo, plasmando un sello autoral absoluto en el proceso. Los directores que continúan la serie tienen la posibilidad de dejar su huella artística, pero deben seguir los códigos ya establecidos desde el principio.

Esta combinación de directores puede traer grandes aportes de expresión y, como consecuencia, de calidad, a un determinado programa. Abre la posibilidad de experimentación que permite, según su contexto, romper los códigos establecidos por la misma serie, por un director anterior, y crear un capítulo completamente fuera de lo común, del común del programa y de lo esperado por parte del espectador.

En la actualidad, los guiones literarios televisivos se escriben con el mismo formato que los cinematográficos, alejándose del viejo formato de dos columnas, una para imagen, abarcando todo lo que se verá en el programa, y otra para sonido, siendo este el lugar para indicar diálogos y la construcción de una banda sonora. Es un tecnicismo, pero habla del nivel de penetración que ha tenido el cine sobre la industria televisiva.

Capítulo 3. Cable Vs. *Networks* Vs. *Auteur* Cinematográfico

3.1. La ruptura del cable

A mediados de años noventa, el paradigma televisivo comienza una etapa de reestructuración que altera la industria por completo, principalmente con el éxito que obtiene el cable. El sistema, cuya aparición es alrededor de 1980, aparece debido a las evoluciones tecnológicas y las desregulaciones legislativas que impone

Washington en 1996, alterando la emisión y el control sobre los medios masivos de comunicación. Estos cambios dan lugar a la inserción de un nuevo productor de contenido que aspira a una ruptura absoluta con la producción televisiva hasta ese momento, Home Box Office (HBO).

La idea de un canal premium basado en suscripciones mensuales pagas construye una imagen de identidad para el canal y lo posiciona como un fuerte competidor dentro de los grandes networks televisivos, que hasta aquel momento controlan todo aspecto de la industria norteamericana. La relación de cliente que se consolida en este sistema con el espectador genera un compromiso por la producción de un contenido de calidad, exclusividad y, ante todo, original.

A fines de los noventa, los networks pierden una gran porción de su audiencia como resultado de la popularidad creciente del cable, cuyo acceso a los hogares de mayor facilidad e ilimitadas opciones de programación logran capturar la atención, y los bolsillos, de todo tipo de espectador buscando algo diferente en la televisión. Surgen en este entonces con HBO las primeras series de calidad motorizadas por contenido, rompiendo las reglas al no depender de las censuras y políticas del *Federal Communications Commission (FCC)*, ente controlador del contenido de las series de network. La fuerte influencia de *Los Sopranos* despierta a todos los productores de televisión, con su éxito comercial, crítico y reconocimiento en premios de la academia, a retomar una fórmula que satisfaga a su público, obligando a las grandes cadenas a reestructurar lo que se representa en la televisión, y hacia quien se dirige; la fragmentación del mercado y la búsqueda de un nicho dentro del mismo, en una grilla de programación infinita, genera preocupaciones para los grandes networks que pierden miles de potenciales compradores de productos a través de la publicidad paga por las nuevas representaciones del cable.

La introducción de canales originados en los ochenta con un público-objetivo más definido o de carácter temático, como *MTV*, de música, *CNN*, noticiero, y

Comedy Central, especializado en comedias, presenta un desafío para la industria televisiva entera, debido a la necesidad de tener que destacarse de la competencia. HBO debía justificar la cuota mensual abonada sobre las otras opciones gratuitas que ofrecen las otras cadenas de aire, mientras que la fuerte presión de inversores publicitarios ejercía un gran peso, y poder, sobre los networks para recuperar a todo costo el público perdido.

HBO, quien hasta este entonces ofrece *blockbusters* cinematográficos a través de su sistema pago-por-visión, se debilita con los avances tecnológicos y la introducción de la era digital, pudiendo el espectador acceder al mismo contenido en video clubs, *DVDs* o, en instancias limitadas para la década de los 90, el internet. La clave estaba en combinar estos problemas para ofrecer una obra televisiva superior, representando lo que los networks no podían mostrar. Creativamente, visualmente, y expresivamente, permitiendo a los productores de televisión manifestar sus series como verdaderas obras de arte, dándole hogar al slogan “No es televisión. Es HBO”. (Cascajosa, 2006^a).

Contenido original, una denominación que en la actualidad permite ser categorizado en su propio mérito. La verdadera diferenciación que lo posiciona como uno de los productores de contenidos de más importancia en la historia de la televisión, que propone una ruptura a los límites de la censura y los prejuicios de una sociedad completamente definida por elementos socio-políticos y económicos. Otros canales de cable, como *AMC* y *Showtime*, también alcanzan producciones a nivel de HBO, con propuestas tan atractivas como seductoras y diferenciales.

Contando con altísimos presupuestos, libertad creativa al autor, y relatos complejos, los canales de cable apuntan a un público intelectual, adulto y serio. La calidad de sus programas se basa en el potencial para generar una reflexión sobre la realidad que se representa, muchas veces con un grado de realismo y detalle altísimo, y, sobretodo, éxito crítico. La crítica y el análisis son los dos elementos

indicativos de la diferenciación entre la televisión, la buena televisión, y la televisión de calidad.

El intento de HBO por ir mas allá de la televisión convencional, hasta cierto punto ser *otra* cosa que la excede, dan lugar a una reestructuración de las grandes cadenas de aire, movilizandoo una revolución a partir de la legitimación de HBO como productor de calidad y modelo a seguir. Los networks son los responsables por mantener la nueva estructura que establece el modelo de cable. Su masividad permite llegar a más personas, y la aceptación, y adaptación del modelo, factor diferencial entre una nueva edad de oro a un nuevo modelo de representación. La posibilidad de alterar el discurso televisivo permanentemente y equipararlo con el mundo cinematográfico es un cambio de paradigma permanente. Por ende, es de importancia categorizar las principales diferencias de los responsables por producir televisión, y sus figuras representativas que lo hacen posible.

3.2. Showrunner

La figura de *showrunner*, término establecido por la industria televisiva contemporánea, responsabiliza a una persona por la creación, el desarrollo, y el control de una serie televisiva en todos sus aspectos. En términos audiovisuales, es un guionista-productor, en primera instancia. La serie nace a partir de su idea y es quien la lleva a cabo, desde ambos puntos de vista. Como guionista, es responsable del desarrollo de cada capítulo en cuanto a guías a seguir, la creación de sus personajes, y los ejes temáticos, pudiendo de esta manera escribir capítulos o supervisar la escritura de los mismos por otros guionistas también responsables por el tono narrativo general del programa. La figura debe establecer todos los ejes claves de la historia y pautar su camino a lo largo de los capítulos, las temporadas, y una eventual conclusión dependiendo de factores comerciales que determinan la renovación o cancelación de la serie.

Por otro lado, es un productor ejecutivo, supervisando otros aspectos de la obra como el rodaje, la post-producción, las líneas estéticas a seguir y el estilo que se quiere mantener. Es la figura que actúa como puente entre el canal y la obra, manteniendo una activa comunicación sobre todo lo que se representará y hacia donde se dirigen las historias. Esto también resulta en una figura pública, ya que, junto con los actores que protagonizan la producción, presentan la obra y son la cara de la misma. El Showrunner se vincula directamente con la imagen e identidad de la serie, siendo hasta un punto comercial en el cual sostenerse para venderla. A diferencia del film, sobrepasa el nivel de control expresivo y creativo del director cinematográfico.

La unión entre la figura de guionista y productor es clave en la producción de dramas de formato de una hora. Es la persona más importante de la serie y cuya visión se expresa a lo largo de la misma, semana tras semana. Al final del día, es la figura que decide qué se filma y qué no, determinando una calidad creativa absoluta a la hora de mantener una visión innovadora y original a lo largo de un extenso período de filmación. Dunne (2007) expresa la importancia de que la figura de Showrunner sea una persona que haya sido el autor, o coautor, de la idea original. Un Showrunner que simplemente cubra la función de productor sin saber los puntos estructurales de la historia y la mejor manera de proporcionar la información del contenido crea una desfasaje de calidad al presentar inconsistencias y continuidad a lo largo de una temporada.

La continuidad en una serie de televisión es el aspecto más importante, así como el más intrépido, corriendo el riesgo de producir un hilo de obras inconexas que generan un desinterés por parte del espectador y un fracaso comercial como consecuencia. El formato serializado implica una acción de previsión sobre la obra antes de la etapa de filmación, por lo que debe estar al tanto de múltiples factores simultáneamente, en vez de un único proyecto activo.

3.3. El *auteur* cinematográfico

Los cambios que se presentan en la producción televisiva contemporánea crean un equivalente del Showrunner en film, el *autor* cinematográfico. Un concepto reconocido como tal en los años sesenta por el escritor de cine Truffaut en la revista analítica *Cahiers Du Cinema* de Francia, como respuesta a los movimientos cinematográficos que rechazan el modelo Hollywoodense en dicha época, identifica a una figura responsable por expresar una huella, un estilo propio a pesar de la generalización que presenta el sistema de géneros y el código de censura que pronuncia transparencia. La legitimación de una figura que se destaque por sus habilidades como realizadores se mantiene a partir de ese momento en el ámbito del cine, en donde esta misma figura también se utiliza como un atractivo respetando lo comercial. La televisión carece de una identidad propia. Mientras el cine obtiene una creciente lista de directores emblemáticos reconocidos por generar rupturas en los diversos aspectos del discurso cinematográfico, la televisión pasa a segundo plano como un objeto genérico y únicamente de entretenimiento. (Cascajosa, 2009).

El concepto de *auteur* le otorga a la obra mayor profundidad en el relato y la psicología de los personajes, en donde los realizadores apuntan a un espectador con mayor nivel de intelecto, ofreciendo obras más literarias y complejas de interpretar. El nivel de expresión es considerado más creativo, y se destaca entre el resto de las obras cuya estilización estética y de otros aspectos formales son aproximados a los códigos del género en el cual se insertan. Con el comienzo de las series de contenido de calidad, aparece la figura de *auteur*, por parte a través del Showrunner, quien marca un estilo definitivo sobre la serie, pero tiene también una función de mayor importancia.

En principio, la libertad que ofrecen los canales de cable de expresión y creación superan las restricciones de los networks. Como ya mencionado, al remplazar el financiamiento publicitario por el de suscripción paga mensualmente le

otorga al canal una posibilidad de representar contenidos considerados tabú o fuertes, con un lenguaje sin censuras, posibilitando la explicitación de violencia y escenas de sexo gráficas. Este poder creativo consolida la imagen del auteur cinematográfico en el medio televisivo ya que posee todas las herramientas a su disposición, tal como aquellos cineastas.

Escapando las fuertes censuras de los network, HBO, por ejemplo, crea personajes cuya identificación con el espectador es por fascinación, saliendo de lo típico estereotipado y permitiendo un nivel de complejidad mayor en cuanto al relato y cómo se ve esa historia. Por otro lado, los avances tecnológicos permiten una calidad de imagen que se equipara a la cinematográfica de 35 mm, contando con efectos especiales, montajes experimentales y un ininterrumpido flujo narrativo.

Acompañado por los altísimos presupuestos de producción, el Showrunner de cable puede apostar a una estilización más arriesgada, apuntando a un éxito crítico que aporte a la imagen del canal que la emite, con menos importancia sobre el rating o la cantidad de espectadores sintonizados en un determinado día a un determinado horario. La experimentación creativa manifestada en las cadenas de cable abren caminos a seguir por los networks, aumentando el nivel cualitativo de la obra televisiva a través de los componentes más importantes de la obra cinematográfica, en su adaptación a la pequeña pantalla.

La identidad del auteur televisivo hace que la misma televisión sea reconocida como una obra de arte. Los rasgos estilísticos expuestos ayudan a posicionar a la televisión como forma cultural legitimada, tal como la política de los autores lo ha logrado con la obra cinematográfica. HBO, como canal precursor, ha logrado consolidar la figura a través de un reclutamiento de realizadores con experiencia en el medio. Mientras los networks contratan a jóvenes que produzcan obras para otros jóvenes, HBO busca profesionales que puedan trasladar sus estilos y extenderlos a través de obras televisivas de continuidad.

Cascajosa (2009) afirma: “Todas las series tenían una personalidad distintiva derivada del trabajo cinematográfico previo de sus directores-guionistas y el propósito de continuidad (la mayor parte de estos trabajos se pueden considerar miniseries) se subordinaba a la coherencia creativa” (p. 18). El sistema propuesto permite el traspase de directores y productores de Hollywood a trabajar en series de menor cantidad de capítulos, con narrativas afinadas y compactas y un alto nivel de estilización posibilitando un nivel de creatividad jamás alcanzado por la televisión de las décadas previas.

3.4. La reinención simbólica de la nueva TV a través del contenido

La televisión de la actualidad, con el modelo MRC, presenta rasgos de reinención, en las fórmulas, y estructuras que las contienen, y en los significados, a través del contenido. La relación entre televisión de calidad y la buena televisión han creado una serie de códigos distintivos y personales que diferencian una serie de otras. Para que la televisión sea buena, se debe tener una experiencia con una respuesta hacia ella, reflexionando sobre los contenidos que se representan. La televisión debe ser estimulante, emocionante, original, excitante, atrapante y atractiva, entre otros elementos, para lograr un juicio crítico que responda a las experiencias que se manifiestan con los contenidos y los significados expuestos. En la actualidad, estos contenidos, especialmente los de cadenas de cable, abren un mundo que pretende ser nuevo, inexplorado y desconocido por el espectador. La palabra clave es fascinante, posicionando al televidente en un lugar privilegiado dentro de un contexto provocativo, ya sea de carácter sexual, violento, o emocional.

El elemento central que divide a las series de cables de aquellas producidas por network son el nivel de exposición que se puede representar. La censura es clave en la diferenciación de los modelos de televisión que emplean cada ámbito, aunque en la actualidad los network han logrado representar contenidos

provocativos que se mantienen dentro de su propio estándar de códigos de censura. El contenido está directamente vinculado con la originalidad de la serie, a causa de una percepción a cerca de la televisión desde su comienzo.

Retomando el slogan “No es televisión, es HBO”, implica que la misma televisión quiere salir de ella misma, haciendo referencia al cinema de arte o el teatro modernista. Las series mediocres, limitadas, y superficiales en cuanto a un mensaje a transmitir y su imposibilidad de ser trascendencia como forma de arte son cuestiones que, hasta comienzos del nuevo milenio, categorizaban a la producción televisiva, por lo que la única forma de salir del esquema era rompiéndolo, evidenciando esta ruptura a través del reconocimiento del manifiesto. HBO reconoce que su contenido debe ser original a través de todos los aspectos del lenguaje audiovisual, por lo que el uso de realizadores cinematográficos crean una especie de tele-alfabetismo, relacionado con la seriedad en la cual se abarcan las series de televisión para que su contenido tenga contención.

Los dramas serios, refiriéndose a su nivel de calidad, también se consideran como tal por ser novelas glorificadas, debido a cuestiones de estilización. La estética y configuración de la imagen altera la representación de los contenidos, pudiendo exponer un punto de vista sobre un tema a partir de cómo se muestra ese contenido y hacia quien esta dirigido. Uno de los componentes que hacen al contenido es la construcción de los personajes, categorizados como personajes fascinantes que se alejan de los antiguos estereotipos cuya única identificación con el público era a través de su rol social.

3.4.1. Personajes complejos

La paranoia que se inserta en la sociedad norteamericana posterior a la guerra fría en los Estados Unidos se manifiesta en Carrie Mathison, la protagonista de *Homeland*, una agente del CIA bipolar quien sospecha que Nicholas Brody, un

soldado prisionero de guerra en Irak regresado a los Estados Unidos es un terrorista talibán, mantiene una línea de suspenso e incertidumbre. Las acciones casi irracionales de la agente llevan serias consecuencias mientras exponen al espectador a un mundo corrupto y desmoralizado, lleno de ambigüedades e ingenuidad del sistema de protección nacional de los Estados Unidos.

Carrie encarna las características del héroe pero las corrompe, las desmoraliza. Es una mujer mentalmente inestable que lucha por la seguridad nacional de su país mientras intenta definir su rol en la sociedad. Sus acciones son cuestionables, provocando rechazo por parte del espectador, encontrando un punto de identificación en su causa. Las expectativas sobre ella se vinculan con el qué, sobre el cómo, ya que el control sobre su impulso es casi inexistente.

Por otro lado, Saul Berenson, es un mentor fracasado. Su rol en el CIA es incierto. Su matrimonio se encuentra derrumbándose y no logra contener a su *protege*, Carrie, bajo control. Es un hombre fracturado, aunque sabio, que ha sido desperdiciado por la agencia, marginado del sistema. Este representa una figura moral y firme, estableciendo un balance entre estas fuerzas. Es una guía que actúa como puente entre los campos de la legalidad, y, de esta forma, manteniendo un equilibrio de poder en la agencia. Es un personaje altamente reflexivo y estratégico. Ambos personajes se complementan. Son un mismo personaje fragmentado que dependen entre sí para progresar en sus misiones.

El abuso de drogas, sexo explícito, y temas controversiales como las armas nucleares y el terrorismo se manifiestan a través de un *thriller* psicológico que sitúa a la protagonista en un lugar desamparado, sin autoridad que la lleva por un camino incierto. La serialización de la serie captura la esencia de un largometraje y lo extiende, creando una relación de capítulos en donde los personajes reconocen sus propias historias, rompiendo con la antigua estructura televisiva de capítulos auto-contenidos en sí mismos, presentando una televisión madura y auto reflexiva.

Una de las formas de romper con el esquema es salir del estereotipo. Los Showrunner de la actualidad apuntan a personajes cuya identificación sea a través de la fascinación, en donde rompiendo las reglas del juego, a través de la codificación y representación, puedan crear protagonistas del mundo real que resulten extraños al espectador que habita ese mismo mundo. Cascajosa (2009) expresa:

La búsqueda de la identificación daba paso a la fascinación por personajes violentos al margen de las normas establecidas, con estilos de vida que podían ser despreciados a la vez que secretamente envidiados por unos espectadores con vidas anónimas y normalizadas. (p. 24).

En *Game of Thrones*, los personajes categorizados como héroes, buenos, o humildes, no triunfan. Reyes, soldados, princesas y figuras religiosas intentan hacer de *Westeros* un mundo pacífico, muriendo en el proceso. Los villanos tampoco se consideran del todo como tal, debido a una lucha por poder constante que lleva a cualquier personaje a hacer cosas que en la realidad se consideran repugnantes. Históricamente, el hecho de situarse en una época fantástica que definitivamente es un periodo arcaico de la sociedad, le otorga verosimilitud al relato.

El por qué, en vez de el qué, nuevamente toma control del mensaje de la televisión, con personajes reflexivos sobre cuestiones que van más allá de ellos, generando seducción y encanto al espectador al disfrutar ver los actos cometidos en la pantalla televisiva, la cual cada vez sorprende más por el nivel de exposición del contenido.

3.5. Temáticas y estilo audiovisual

Las temáticas televisivas han evolucionado con el medio, teniendo la posibilidad de mostrar temas considerados como tabú en ciertas sociedades con el objetivo de causar una provocación en el espectador, de esta forma logrando mayor

interés en el programa. Desde un punto de vista analítico, el argumento del film o la obra televisiva es el elemento disparador de conversaciones sobre su contenido, debates y discusiones sobre lo representado en pantalla.

El enfoque temático se reconoce como el mensaje fílmico, puesto que desde el periodo clásico del cine de Hollywood, las obras reflejaban un contexto social y económico en el cual basaban sus argumentos y realidades, apuntando a una reflexión en el mismo sostenido por el tema. El reconocimiento del tema da lugar al análisis del contenido del film, siendo este el elemento más extenso del estudio fílmico o de la imagen movimiento. Desde el reconocimiento de autores dentro del cine clásico en adelante, se pone en cuestión que el eje temático central envuelve a la obra completa, siendo un elemento íntegramente autoral. (Aumont, 2008, p. 130).

Temáticas como el incesto, la lucha por poder, el terrorismo, el aborto, las familias contemporáneas cuyos miembros son disfuncionales según los estándares de la familia nuclear, mundos fantasiosos, la prostitución, la fama, la muerte, entre otros, dominan la amplia programación de la actualidad. No se trata únicamente del tema, sino cómo se muestra, y a partir de que punto de vista se expresa.

El estilo audiovisual es de gran influencia en cuanto a determinadas temáticas, y la marca autoral para el punto de vista. Existen temas típicos y realizados en todos los medios de entretenimiento, sin embargo, la posibilidad de manifestarlos a partir de determinados puntos de vista, o contextos, es el elemento innovador que permite el gran desarrollo de la narrativa televisiva. La serialización permite fragmentar la temática y explotar diferentes temas en diversos arcos dramáticos que se presentan a través de una agrupación de episodios o a lo largo de diferentes temporadas. La falta de censura, por el lado del cable, y la flexibilidad narrativa que ofrecen los networks, permiten un grado de acercamiento mayor que antes a la explotación de temáticas.

El tema central de *The Newsroom*, a primera instancia, es más político que otra cosa. Directamente vinculando hechos históricos de la realidad reciente, utilizando fragmentos de material de archivo real sobre los casos, remite a la situación política de los Estados Unidos en una etapa de incertidumbre con las elecciones presidenciales que tomaran lugar próximamente. Una fuerte crítica por el partido republicano se da a partir de involucrar al protagonista con estas historias, siendo el un republicano defraudado por la falta de patriotismo y arrogancia que envuelve al partido político. Aaron Sorkin, el creador y Showrunner, cuyo *background* en la televisión incluye la famosa *The West Wing* (Sorkin, 1999), serie sobre la vida sobre los trabajadores del estado que asisten al presidente en la Casa Blanca refuerzan el punto de vista político del autor, siendo este en otro contexto, tanto temporal como espacial.

Al basarse en un noticiero, le otorga un elemento objetivo al relato, la imparcialidad que se espera de una serie de profesionales que se encuentran en constante conflicto por luchar por producir las noticias de forma justa. Se pone en juego, por otro lado, el desarrollo de la sociedad norteamericana, coincidiendo con la categorización arcaica de la televisión al declarar a su audiencia como mediocre e ignorante, refiriéndose al ciudadano Estadounidense tipo, imposibilitando el nivel intelectual que los protagonistas, especialmente Mackenzie McHale, su productora ejecutiva ficticia, piensan se merece una audiencia cada vez más activa e interesada en las noticias a nivel mundial y con los problemas económicos globales, toda decisión política que impacte sus vidas.

El tema central es un importante enfoque en cualquier obra audiovisual, especialmente en las series del MRC de la actualidad. Los relatos y las estructuras narrativas se reinventan, pero la realidad es que son nuevas fórmulas sobre viejas tendencias. Como se ha manifestado en los capítulos anteriores, el formato televisivo se ha constatado por la industria como tal desde sus orígenes, por lo que

la innovación real resta en cómo se utilizan los recursos narrativos disponibles, en conjunto con las técnicas cinematográficas provenientes del lenguaje audiovisual para crear una reconfiguración verdadera en el discurso y, por ende, en el mensaje.

El tema de la obra es el vehículo simbólico por el cual se puede abordar una problemática específica y, junto con el estilo, especialmente la marca autoral, crear un relato destacado dentro de los conflictos clásicos ya explotados tanto por la misma televisión como por el resto de los medios de comunicación y entretenimiento.

Las series de cable que abordan las temáticas cuyas propuestas son actuales y absolutamente reflexivas, generan una tele-literalidad, evidenciado en una búsqueda estética y de estilización del tema que se asimila a la literatura, una de las formas de arte que, en un nivel jerárquico cultural, se posiciona por arriba del cine y la televisión, desde una percepción crítica, analítica y a nivel espectador o lector.

Por otro lado, se debe igualar la ansiedad de la actualidad dentro del contexto contemporáneo, cuya expresión resulta en la representación del sexo, las drogas y lo ilegal, en contraposición con los motivos de domesticación, el patriotismo y la valoración de lo masculino y femenino de las primeras emisiones televisivas. (Tichi, 1991). Por último, el contenido, el discurso, los mensajes fílmicos son envueltos en un tema, que recorre toda la serie y plantea diferentes puntos de vista sobre determinados contextos impuestos por el creador, el autor escritor que retoma ciertas tendencias de otros formatos para la reproducción de una realidad en la pequeña pantalla, en donde el poder ideológico de este tema se verá no en la obra, por lo que el resto de los aspectos discursivos harán de él una transparencia en un flujo casi ininterrumpido (debido a bloques publicitarios), sino en la reflexión posterior, discutida y analizada, de los hechos televisados contrapuestos con la cotidianidad individual.

3.5.1. Sexo y violencia en *Game of Thrones*

El sexo es un elemento transversal de la televisión en general que se presenta de diversas maneras. La fisura formada por la restricción de contenidos y temáticas entre la televisión network y cable tiene un impacto directo en cómo se representa. La sexualidad es característica de la narrativa en *Game of Thrones*, conteniendo escenas de desnudo explícitas tanto de mujeres como hombres, justificados por la edad medieval en el cual toma lugar la historia a partir del género de fantasía que la contiene.

El incesto, la violación la prostitución, la homosexualidad y el sadomasoquismo son los principales explorados a lo largo de la serie. El sexo puramente por amor es algo inexistente, reforzando lo siniestro del mundo en donde viven. Jaime y Cersei Lannister, los hermanos de la realeza mellizos, exploran la idea de igualdad entre el hombre y la mujer, siendo las relaciones sexuales incestuosas el único punto en común entre ambos. Son una identidad complementaria dividida en dos partes iguales. El poder se genera únicamente cuando estos están juntos, por lo que, a lo largo de la serie, se ven debilitados y vulnerables, reforzando el tema central de la serie sobre el la ambición, la autoridad y el sacrificio.

Por otro lado, el hombre filicida que habita la región hacia el gran muro del norte se casa con cada una de sus hijas, ejerciendo autoridad a partir del sexo, matando a cada hijo varón que surja de estos actos para no perder su poder. Las mujeres, alguna de estas niñas, representan un sometimiento absoluto bajo el poder ingenuo del hombre, siendo este accionar la única forma de obtener masculinidad.

La prostitución, por otro lado, se presenta como una forma de vida, un trabajo y una necesidad. Existen prostíbulos en los diferentes pueblos y ciudades de Westeros, posicionando a la mujer como un objeto inferior; más inferior, inclusive, que el deseado trono de hierro. A las llamadas empleadas del lugar se les enseña cómo complacer de mejor forma al hombre, cuya valorización se basa en hacerlos sentir como si estuviesen realmente haciendo el amor. En el capítulo *You Win Or*

You Die, Littlefinger, dueño del prostíbulo en la Capital, expresa sus sentimientos en cuanto a los amores perdidos y los servicios que brindan mientras una mujer le enseña a otra cómo hacer el amor explícitamente, presentando una paradoja sobre qué es el amor y si es realmente obtenible. La escena logra un alto grado de emotividad, con una duración de diez minutos aproximadamente, combinando un tema provocativo y polémico contrapuesto con la imagen de dos bellas mujeres en búsqueda de una identidad.

El hombre, por otro lado, representa el lado animal del ser humano, exponiendo vulnerabilidades durante el acto de sexo al tratarse de una situación controlada por la mujer. En *Blackwater*, Cersei le advierte a Sansa, futura reina, que debe aprender a utilizar lo que se encuentra entre sus piernas en adición a su cabeza si quiere sobrevivir en aquel mundo. La mujer y su sexualidad son un arma manipuladora percibiendo la debilidad del hombre por satisfacerse a si mismo. Esta idea se materializa en *The Old Gods And The New*, donde la misma Sansa, perdida en King's Landing, es atacada por tres bandidos que han sido marginados por las batallas de la ciudad, priorizando la oportunidad por tener relaciones sobre la necesidad de comer. La inocencia, por ende, no existe, así como el amor, es tan mítico como la leyendas supernaturales de aquel universo.

Existen, por otro lado, bastardos como Jon Snow, marginados del resto de la sociedad al ser un resultado de un acto sexual desafortunado, sin tener cuenta alguno los valores morales por los comportamientos del hombre mencionados previamente. La ausencia de la figura paterna genera una carencia de identidad, siendo el mismo Snow quien no quiere relaciones sexuales insignificantes, otorgándole, por este motivo, atributos de honor, moral y valentía.

La homosexualidad en el desarrollo de la serie ha culminado en eventos fatales para los miembros de estas relaciones. No es aceptada en aquel mundo por lo que se realiza en secreto, generando burlas al no ser considerados hombres. A pesar de

esto, uno de los príncipes del trono mantenía una relación con otro hombre, casándose con la hermana de este con el único propósito de mantener poder en el reino tras la muerte del Rey Baratheon. Muere por causas sobrenaturales.

Por último, los actos sexuales sádicos realizados por el joven rey Joffrey Baratheon son tan demoníacos como inocentes. Es un personaje que encarna maldad y corrupción, por lo que su maltrato y tortura de la prostituta Ros en *Garden of Bones* representa la instancia absoluta de pérdida de inocencia e infancia. Él no sabe cómo tener relaciones con Ros, quien es enviada como un regalo por su tío Tyrion, por lo que su placer sexual se basa en la destrucción de ella, deformando al cuerpo femenino a través de explícitos actos de violencia, enviándole un mensaje a Tyrion acerca de su debilidad por mujeres. En el mismo capítulo también se expresa el terror del pequeño rey, quien ordena una golpiza a Sansa luego de desnudarla en la sala del trono del palacio frente a miembros del consejo.

3.6. La búsqueda de una identidad

La identidad de un canal en el feroz mercado audiovisual es un elemento externo a las series necesario para crear una leal base de seguidores en torno a los mensajes que emite. La programación es uno de los componentes que construye a la imagen de una cadena, así como la presentación de esta a través de *promos*, *trailers*, sitios web, apariciones en redes sociales, entre otros. Si bien estas son piezas de comunicación comúnmente utilizadas en la publicidad, reforzando el interés comercial del canal, ayudan a consolidarlo como tal, acreditando su creatividad y estilo artístico diferenciador.

HBO es una identidad marcada y consolidada, reconocido por el nivel de detalle y grandes presupuestos de sus dramas simplemente a través de cómo las comunica, creando videos promocionales que destaquen a protagonistas en

particular, en relación a el uso de material audiovisual reciclado de los episodios. La duración de las promociones realizadas por canales de cable suelen ser más extensas, posicionadas de forma que se vinculen con el resto del los programas que ofrece, creando un hilo narrativo independiente y externo a los hechos manifestados en cada una.

Por otro lado, los canales temáticos de cable como *CNN*, *MTV*, *ESPN*, o *National Geographic*, también poseen una identidad absolutamente propia, utilizando diferentes recursos para construirla. *CNN* no tiene series, utilizando a las figuras principales que componen su programación a través de sus diferentes segmentos noticieros que tratan diferentes tópicos. El canal utiliza a cada figura central de su noticiero como un protagonista en una historia, presentándolos en tandas publicitarias para generar confianza en su público, destacando seriedad, profesionalismo, y objetividad en sus contenidos. *MTV*, por otro lado, establece una imagen artística, experimental en cuanto al diseño grafico y popular referente a la musicalización dentro y fuera de su programación. Reconocido por sus innovaciones, retoma las estéticas de los videoclips dentro de sus diferentes programas y las extiende, reforzando la idea de un canal con música en constante abundancia, convirtiéndose en un gran videoclip, inclusive.

En la actualidad, las identidades de los network se han concretado según el público demográfico al cual apuntan. Si bien las tres cadenas originales, ABC, NBC y CBS se han consolidado hace décadas como entidades independientes y diferenciadas, utilizan la digitalización de los medios para innovar sus propuestas y mantenerse vigentes en relación a los competitivos canales premium. La presentación es íntegramente esencial que recorre la grilla de programación entera; es un componente unificador de ella, conteniéndola y comunicándola simultáneamente.

Uno de los primeros networks en generar una ruptura con respecto a la presentación proviene de uno de los tres nuevos networks que surge a mediados de la década de los noventa. *The WB* es el network perteneciente al estudio cinematográfico de *Warner Bros. Entertainment*, ingresando al competitivo mercado con un gran desafío para obtener parte de aquel mercado monopolizado por las grandes tres. El canal rápidamente logra captar el interés de un público en búsqueda de seriales diferenciales e innovadores, ofreciendo una variada programación de shows de género como *Buffy, The Vampire Slayer, Supernatural, Charmed* (Burge, 1998) y *Smallville*, mientras se establecía como el canal familiar a través de los dramas *7th Heaven* (Hampton, 1996), *Felicity* (Abrams y Reeves, 1998), *Dawson's Creek* (Williamson, 1998), *Gilmore Girls* (Sherman-Palladino, 2000), *Everwood* (Berlanti, 2002), y *One Tree Hill*. Contando con su propia mascota, una rana, el apodo "The Frog Network", o el network de la rana, rápidamente asocia a una imagen que diferenciaba del resto de la competencia.

En 1999, el WB lanza la campaña de imagen *The WB Faces*, la cual posiciona por primera vez a los protagonistas de sus dramas en un mismo lugar, el estudio televisivo. Se destacan los rostros de los interpretes a través una cámara dinámica que recorre el lugar, ubicándolos frente a luces y equipamiento técnico, evidenciando el proceso de la realización televisiva. Por primera vez, los fans tienen la oportunidad de ver a personajes de diferentes series interactuando entre sí, sean del género supernatural o de las dramas realistas familiares; son abstraídos a un mismo plano común y cotidiano, acercándolos al espectador de forma externa a las narrativas que los contiene. Con la aparición de su mascota, musicalización popular y destacando la belleza de sus elencos, crea una imagen que apunta a un público joven y actual. El canal utiliza esta campaña en los siguientes años, actualizándola e inclusive utilizando diálogos de las diferentes series, fortaleciendo el vínculo de unidad.

A pesar del reconocimiento crítico de una gran cantidad de sus series, el canal no logra obtener una proporción de audiencia satisfactoria para los ejecutivos del mismo, decidiendo unir al WB con el otro canal que emerge en su misma década, con problemas asimiles, la cadena *UPN*, propiedad de la grande CBS y el estudio cinematográfico *Paramount Pictures*. El WB reconoce la marca que ha dejado su programación a lo largo de los años, destacando los rostros, las identidades, de cada serie en su campaña *Goodbye WB* en el 2006, una especie de agradecimiento a la base de fans leales que ha vivido con estos personajes y se ha conmovido por ellos. Esta intención directa es uno de los primeros intentos de la televisión de network por reconocer a estos y establecer una relación que sobrepasa la comercial, refiriéndose a sí mismo cómo el canal que definió a una generación; evidenciando los nombres de cada actor representativo de sus series, títulos se desplazan por la pantalla expresando que estos rostros han hecho al espectador reír, llorar, tocar sus corazones y sentir, culminando con la frase “gracias, de parte del WB”, con la propia silueta de la emblemática rana quitándose el sombrero mientras se enfrenta a la cámara.

La unión de las cadenas marca el nacimiento de *The CW*, estableciendo una nueva identidad a través de la reinención e innovación. Recuperando algunas de las mencionadas series que cobran vida en el nuevo canal, este intenta enfocarse aún más en el público joven. El network cuenta con un nuevo estilo visual, reforzado por un diseño gráfico con una paleta de colores identificativos de las nuevas series que introduce. Retomando las exitosas campañas del WB, el CW profundiza la relación canal-espectador utilizando los sitios web y las redes sociales para crear un flujo bidireccional de información y retroalimentación entre las figuras representativas de las series y los fans.

Cada promoción sobre próximos capítulos culmina en la imagen de sus protagonistas en situaciones representativas de ella pero externas al relato. Los

títulos de *Nikita* aparecen al final con la imagen de la misma en un oscuro pasillo sosteniendo un arma en cámara lenta, por ejemplo, reforzando su estética y temática. La paleta de colores y la gráfica se altera de serie en serie, ofreciéndole a cada una su propia identidad. También, se utilizan diferentes bandas sonoras para establecer una atmósfera, sin importar la mínima duración de diecinueve segundos de cada una. Asimismo, se encuentran en constante reinención temporada tras temporada, manteniéndose vigentes y experimentando con diferentes técnicas.

Por último, cada canal propone una apuesta que logre captar la esencia de su programación. La asociación de una cadena con elementos cualitativos como son los niveles de producción, narrativas complejas, temáticas provocativas, entre otras características correspondientes al MRC, establece una distinción entre las diferentes opciones de programación mientras que las iguala. Es decir, la televisión de network ha alcanzado un nivel visual y narrativo, si bien con presupuestos más acotados, que compite directamente con el cable, siendo la identidad del canal un elemento clave de este proceso.

3.7. Análisis de los créditos televisivos

Mencionado en previos capítulos como parte de la integridad estilística de la obra televisiva, los créditos iniciales se diferencian a los del film. Dependiendo su canal emisor, de cable o network, existe una diferencia en cuanto al desarrollo de una secuencia de créditos iniciales. Los canales de network se presentan como más clásicos, manteniendo una línea general a través de las secuencias que representan a los personajes principales, destacando los rostros y destrezas físicas de sus actores interpretes, acompañados por bandas sonoras reconocibles. Situaciones generales de la serie se evidencian a través de un montaje que une a diferentes tipos de planos.

Existen excepciones dentro de las cadenas principales de aire que apuesten por un estilo más simbólico que englobe los aspectos más fascinantes de la historia. Normalmente, por cuestiones de duración, se utiliza una simple placa con el nombre del programa, contando con su propia grafica. Series como *Supernatural* (Kripke, 2005) utilizan este recurso, reinventándolo cada temporada. Por ejemplo, el aleteo de murciélagos negros mientras se escuchan llantos previos a la aparición de la palabra *supernatural* en rojo en los títulos de la cuarta temporada, o el quiebre de un panel de vidrio en múltiples fragmentos en la sexta temporada.

Por otro lado, capítulos reconocidos como eventos televisivos o episodios especiales pueden obtener una secuencia de créditos alterada para la ocasión. *Community* (Harmon, 2009) ha utilizado este recurso en algunos de sus capítulos, destacando al episodio *Digital Estate Planning* por recrear la secuencia entera y convertirla en un video juego de 8-bits. Cada personaje de la serie se convierte en un avatar digital que remite a los primeros video juegos de la década de lo ochenta.

Asimismo, el vinculo Showrunner-espectador se amplia a través de *title cards*, o mensajes especiales puestos por algún propósito por los mismos escritores de la serie sobre situaciones externas a la misma. Por ejemplo, al comienzo de su segunda temporada, los productores de la sitcom *Cougar Town* (Lawrence y Beigel, 2009) contemplaban un cambio de nombre, a ser aprobado por ABC debido al desvío narrativo que había re-enfocado la serie hacia otro lado, sintiendo que el nombre no se asociaba de esta. Luego de meses de incertidumbres, así como la prensa negativa sobre su extracción de la programación y destino incierto en cuanto a sus chances de renovación, los productores colocan pequeñas frases por debajo del título para ofrecer alguna especie de explicación por su ausencia, y auto referencialidad y rechazado hacia el canal emisor. En cuanto al nombre de la serie, las menciones expresan la palabra “todavía” en un episodio, o el “mal titulado” en

otro, con el título *Cougar Town* a continuación. Otros capítulos enuncian “por favor siga mirando, fan”, o “esta bien mirar un show con este título”.

Las series de cable se destacan por tener secuencias iniciales de mayor duración, siendo estas representativas del estilo visual de la obra y poseer un alto grado de simbolismo interno. Además, tienen la posibilidad de fundir y combinar formatos, acercándose a un formato cinematográfico, combinar varios formatos, recrear géneros, remitir a obras antiguas, o crear algo completamente nuevo y diferente. Estas secuencias son más abstractas ya que algunas siquiera muestran el rostro de los actores interpretes, o elementos narrativos. Muchas de ellas toman el estilo de *videoart*, destacando la experimentación como recurso concurrente.

La musicalización es clave tanto para las secuencias de cable como de network TV, referenciando a un movimiento o género artístico específico a través de este recurso, como puede ser la música clásica, electrónica, de rock, entre otros.

3.7.1. *Game of Thrones*

Una espada de hierro se forja entre una titilante llamarada que se contiene dentro de un lazo circular que la rodea. El ardor de cada chispa se escucha entrelazado con la sinfonía que resuena, destacando el cello como instrumento principal de esta. Un gran dragón incrustado en la placa de hierro es representativo de los comienzos del mundo de Westeros, engravado en gran tamaño en relación al castillo que aparenta destruir, iluminado por el núcleo de fuego que hace girar a las placas, cruzándose entre sí. El nombre de los protagonistas surge hacia los costados, con un pequeño icono representativo de la familia real al cual pertenece, mientras otras partes del metal evidencian los animales asociados con las familias de la realeza principales.

La gigante esfera se corre hacia la izquierda, atravesando los límites de la pantalla, revelando un antiguo mapa de Westeros de forma cenital, estableciendo el

mundo que ocupan los personajes de la serie. La cámara se desplaza a través de este, acercándose a la tierra donde se revela el nombre de la capital de Westeros, King's Landing. Al aterrizar de alguna forma en este territorio, cada elemento parece ser plano, hasta que comienzan a levantarse, al ritmo de la banda sonora, torres, paredes, y casas. Estos objetos son piezas de diferentes metales, con gran predominancia al bronce, destacando el gran castillo en cuanto a construcción y tamaño. La arquitectura es representativa de la gran capital, remitiendo al estilo medieval europeo. Es un gran tablero de juego, donde las piezas pueden derrumbarse tan fácilmente como se montan.

La cámara continúa su trayectoria, dirigiéndose hacia el norte del mapa en donde se atraviesan campos planos y regiones rocosas, siendo estas texturas con relieve. Al llegar a *Winterfell*, tanto la iluminación y las tonalidades, así como la arquitectura, cambian por completo, revelando a un pueblo que mezcla elementos de bronce con piedra, principalmente las torres vigилantes. La cámara vuelve a ingresar al lugar mientras se elevan los objetos. Un bosque anexo hacia el oeste del pueblo muestra un gran árbol floreciendo, representante de la vida que hay en aquel lugar en relación a *King's Landing*. El árbol, con flores rosadas y grandes ramas, crece hasta el cielo, evidenciando la esfera de llamaradas que sigue en constante movimiento, intercambiando placas. El juego ha comenzado.

La cámara continúa una trayectoria utilizando los mismos recursos. *The Wall*, la última región hacia el norte, se encuentra completamente congelada. La cámara la recorre desde abajo, demostrando las dimensiones que separa aquel continente del inframundo detrás del gran muro. Nombres de cada actor principal y cabeza de equipo aparecen y desvanecen con los movimientos de cámara. Detalles de las placas en movimiento continúan a intercalarse con el desplazamiento de esta, evidenciando otros animales representativos de cada región, como el ciervo.

Las placas producen un sonido de choque entre espadas, representando el duelo entre cada familia real y el territorio que le corresponde. Con cada cruce, una luz ilumina al mapa, la luz de la llamarada, aludiendo a la oscuridad en el cual se encuentra el reino entero, con pequeños rayos de luz entre enfrentamientos, denominando esperanza. Al cruzar el gran mar que divide al mapa, la cámara se encuentra en una posición completamente vertical, atravesando otros pueblos del desierto que son marginados del reino.

La gran esfera ardiente regresa a ocupar la totalidad de la pantalla, con las palabras *Game of Thrones* incrustadas en la misma. Un poderoso brillo amarillento proviene de cada letra, en donde un disco de metal por detrás contiene la cabeza de cada animal representativo en las puntas. Los animales son el dragón, el lobo, el león y el ciervo, en donde la mirada de cada uno se dirige hacia diferentes puntos de la imagen, observando el mundo a conquistar que se encuentra por debajo. Asimismo, en cada lugar distintivo de Westeros, los elementos giran constantemente hasta su construcción final, marcando los tiempos cíclicos dados por el juego de poder que cambia continuamente

Los pueblos y ciudades que se manifiestan en la secuencia inicial varían episodio a episodio, marcando los lugares que se verán en aquel capítulo. En la segunda temporada se agregan más de tres lugares, ofreciendo la oportunidad de explorar el mundo que se extiende progresivamente. Los créditos iniciales conllevan un nivel de información importantísimo debido a que la serie carece de placas identificativas de cada lugar, variando la arquitectura, la iluminación, la atmósfera y la temperatura color para generar un contraste que evidencie que la historia se ha desplazado hacia otra parte del mundo. A continuación, placas negras con los nombres de los creadores de la serie culminan la secuencia, terminando con el nombre del director específico de el capítulo en emisión.

3.7.2. *Homeland*

La secuencia de créditos es representativa del tono de cada serie. *Homeland* posee una de las secuencias de créditos iniciales más complejas de la televisión, en términos narrativos, de duración, compositivos, sonoros y simbólicos. No solamente establece a los protagonistas, potenciales villanos y jugadores principales del show, sino que presenta trozos de la historia de los Estados Unidos reales, a través de material de archivo contrapuesto con escenas grabadas específicamente para la serie, estableciendo un nivel de realismo paralelo y simultáneo. Los hechos de la serie no son reales, pero intentan reflejar los contextos sociales de la actualidad, ofreciendo un punto de vista desde las entrañas de la agencia de inteligencia del CIA y desde la psicología de su protagonista.

Los créditos iniciales son una compilación de diálogos en *off*, imágenes de archivo y video, reforzados por un denso y fuerte jazz de fondo. “*Showtime* presenta” comienza la secuencia, asimilándose a los créditos de un film proyectado en salas. Es un evento televisivo; es algo más que un capítulo de televisión. El título de la serie aparece sobre la imagen de una niña dormida, con un efecto sobre esta imagen que invierte los colores con rapidez, colocando el nombre de la actriz que interpreta la protagonista primero que el resto, debajo de la imagen.

A continuación, la misma niña se ve de espaldas, frente a un televisor apagado mientras se escuchan diálogos de ex presidentes o funcionarios del gobierno de los Estados Unidos en varios discursos sobre el terrorismo. Los rostros de estas figuras se muestran rápidamente, intercalados con planos de la niña en diferentes etapas de su vida. Su rostro se encuentra cubierto por diferentes elementos. La música de jazz resuena aún más profundamente, en donde este sonido no diégetico se acompaña con la imagen de Carrie, la protagonista, tocando una trompeta de joven, vinculando a los sonidos y convirtiéndolos en diégeticos; son parte de ese mundo, incrustados en el ADN de una mujer dañada.

Carrie aparece nuevamente como se encuentra en la actualidad, en donde abre sus ojos por primera vez. Palabras en árabe se escuchan mientras se ve un grupo de mujeres de esta etnia vestidas de negro, cubiertas, hablando a cámara, a un supuesto noticiero. Planos de los ojos cerrados de Carrie se colocan en paralelo a estos. Los ojos titilan nerviosamente, queriendo abrirse nuevamente. Los efectos que invierten los colores de la imagen a un negativo se utilizan a lo largo de la secuencia, equiparando visualmente al material que proviene de diferentes formatos. Imágenes de archivos, con cámaras en mano, demuestran el terror y pánico del derrumbe de las torres gemelas en el 2001, marcado por la nota más fuerte de jazz durante los títulos. La imagen se torna en blanco y negro, replicando las cámaras de seguridad de la vía pública capturando las multitudes corriendo fuera del sitio de peligro.

La imagen del presidente Obama se ve completamente invertida, de cabeza, durante un discurso. Esta es plenamente televisiva, noticiera, empleando un flickeo que sobreimprime la imagen de un noticiero de Yemen, en donde una mujer habla en su lengua natal, por encima. Los *graphs* y sócalos de esta última están escritos en árabe, plenamente evidenciando un estudio de noticiero. Las imágenes descritas mantienen el uso del blanco y negro, lo que iguala sus discursos, proporcionándolos. Los diálogos también se solapan, potencialmente ofreciendo dos puntos de vista sobre el mismo conflicto. En un punto determinado, tanto la imagen del Presidente Barak Obama como la de la reportera árabe, se encuentran el la misma imagen simultáneamente, lado a lado.

Un *travelling* sobre una ruta, siendo está una cámara subjetiva desde un vehículo, muestra un cartel señalando la aproximación al CIA, el centro de inteligencia de los Estados Unidos. El cartel se encuentra posicionado hacia un costado, rodeado de árboles secos y muertos, cubiertos de nieve. Esta nieve se destaca aún más debido al efecto de blanco y negro, evidenciando la frialdad de la

agencia norteamericana, siendo los árboles una metáfora de la carencia de vida de los agentes que operan en este lugar. Los siguientes planos refuerzan la teoría, situándose dentro del CIA. Diferentes personas vestidas de traje caminan por los anchos pasillos, en donde la reflexión de ellos sobre los pulcros suelos intentan esconder identidades, mantener una imagen limpia y prolija. Pero esta se invierte, se desdobra y expone el significado de lo que realmente es la agencia. La cámara se da vuelta, y estas reflexiones se convierten en sombras cruzadas constantemente, pisándose unas sobre otras.

La familia de Nicholas Brody, el antihéroe de la serie, se ve por primera vez hacia el final de la secuencia. Una video de ellos se analiza, posiblemente desde el CIA, ya que se está observando desde un computador. La imagen de Jessica, su esposa, se amplía, perdiendo calidad en el proceso, evidenciando la manipulación de alguien sobre esta y marcando un seguimiento sobre esta familia.

Las últimas imágenes de los créditos iniciales de *Homeland* son las más simbólicas, ya que no son parte de la narrativa, sino fragmentos filmados exclusivamente para esta instancia. Carrie se encuentra en un laberinto, enfrentándose a cámara, con los ojos cerrados. Previamente, se había visto de niña en el mismo lugar, sin embargo, se encuentra con su vestimenta de agente secreto. Por otro lado, un plano de Nicholas Brody, vestido con su uniforme militar, se encuentra en otra parte del mismo laberinto, dirigiendo su mirada hacia arriba. Un plano general de esta situación revela a ambos personajes en el mismo laberinto, en donde la angulación de la cámara asimila a una de seguridad.

Brody mira hacia arriba, debido a que en el transcurso de la serie recibe sus ordenes por parte de un terrorista, congelado en un mismo lugar; Carrie mira hacia los costados, ya que actúa sola, independientemente de las reglas del CIA como resultado de su paranoia. Es un emblemático encuadre debido a que ella, durante la primera temporada, no puede ver las acciones reales de él, a pesar de tener una

idea sobre sus verdaderas intenciones, así como la imposibilidad de Brody en ver la persecución real que Carrie realiza. El único que puede ver la realidad es el espectador, y como efecto de la angulación de la cámara, se refuerza el rol del mismo. La imagen de Brody en el laberinto se multiplica, manifestando la doble identidad del personaje, así como marcando un contraste entre su pasado y su presente, quien era y en qué se ha convertido.

Ver es una palabra clave para analizar esta secuencia. La búsqueda por la verdad que realiza la protagonista es exhaustiva. Carrie se encuentra con los ojos cerrados hasta el laberinto, abriéndolos por primera vez allí. Una vez que observa esa verdad, aquella realidad, no hay retorno: una Carrie angustiada mirando a cámara mientras camina rápidamente por una concurrida calle en Bagdad, intentando escapar. La visión es poderosa, por lo que en el último plano la cámara envuelve a Brody, quien dirige su mirada hacia la casa blanca, interrumpida por la imagen, y el sonido, de un helicóptero negro volando sobre su figura, representativo de que siempre se encuentra bajo supervisión, el ojo que siempre ve. Una placa negra con los nombres de los creadores cierra los créditos iniciales.

3.7.3. *The Newsroom*

Los créditos iniciales de *The Newsroom*, tal como los de *Homeland*, se destacan en su duración y reconocimiento de la historia que los procede. Es un vínculo entre la realidad y el hiperreal narrativo que coloca a los protagonistas dentro de los hechos históricos representados en la secuencia. Se puede analizar, en principio, como un gran homenaje a los programas de noticiero que han evolucionado desde los principios de la televisión, destacando su poder para informar desde sus etapas más tempranas.

La imagen de un satélite rodeando la tierra es la apertura de los créditos, con una melodía compuesta por piano que le otorga sutileza y calidez a los siguientes

planos. Las palabras *news*, o noticias, se encuentran sobreimpresas en la primera imagen a gran escala, titilando al tratarse de una pantalla de televisión arcaica, evidenciando la señal de video y sus defectos. Imágenes en blanco y negro de los estudios de los primeros se intercalan con planos de palabras como noticias y televisión de network en constante movimiento. Figuras reconocidas de esta época se representan aquí también. Las palabras cobran diferentes colores y el efecto de barrido como resultado de la señal de video es aún más notorio. Imágenes fijas cobran movimiento, mostrando viejos sistemas de broadcasting y grandes cámaras de estudio que tienen la palabra televisión sobre una placa, diferenciándolas automáticamente de la cámara cinematográfica. Asimismo, se muestran los diferentes procesos previos a la emisión del noticiero, siendo estos la sala de control, o el maquillaje del reportero.

Instrumentos de cuerda potencian la melodía. La imagen de viejos sets de televisión amontonados se reemplaza por un encuadre similar situado en la actualidad, en donde una de las protagonistas de la serie entra a una sala de control con televisores de pantalla plana, de alta definición y color. Cada actor se muestra en su ámbito natural interpretando su personaje correspondiente en la serie, contando con el nombre que aparece debajo de sus figuras. La palabra noticias aparece en diferentes tipografías y colores, sobreimpresa sobre estos individuos. También, estas palabras varían con las diferentes situaciones que aumentan dramáticamente, acompañadas por la musicalización. Alerta, noticias de último minuto, y boletín especial se imprimen sobre los planos anteriormente mencionados. El nombre de la serie aparece en el final de la secuencia, dentro de un *teleprompter* que contiene a su vez al nombre del creador.

Los planos detalle sobre las palabras noticias y ruptura, *breaking*, en inglés, son simbólicas debido a que en el transcurso de la serie los protagonistas se encuentran intentando definir esta palabra constantemente. Se encuentran

desgarrados entre qué se puede considerar como tal y hasta que punto toman ordenes de quienes están por encima de ellos. El recorrido histórico plantea las diferentes formas de hacer noticias hasta ese momento. Las situaciones representadas marcan la dificultosa tarea de transmitir las noticias y sus procesos, evidenciando que la forma no ha cambiado a pesar de la digitalización del medio, sino que se mantienen inalteradas en cuanto a la importancia de divulgarlas y generar un impacto en la sociedad.

La secuencia de créditos iniciales analizada puede resultar simple desde un punto de vista visual o compositivo, representado imágenes claves que aporten a la temática que narra la serie. Sin embargo, no implica una decadencia de metáfora, significado y reflexión, cuyos límites de interpretación superan la serie en sí. Asimismo, se establece una estética y estilo visual, guiado por el formato de noticiero televisivo definido y distinguido de, por ejemplo, el cinematográfico.

3.7.4. *Veronica Mars*

La única secuencia de créditos analizada que pertenece a una serie de network, contrapuesta con las mencionadas series de cable, *Veronica Mars* contiene los elementos claves para transmitir un estilo visual claro y concreto. Sus créditos iniciales se han alterado desde la primera temporada. La secuencia más representativa del tono general de la serie es la de su tercera y última temporada, debido a la oscuridad que plantea. Si bien su duración es de treinta segundos, acorde a los créditos de la mayoría de los programas de network, genera una ruptura en el relato debido a que esta comienza a minutos de haber comenzado el episodio.

Kristen Bell, actriz interprete de la Veronica misma, es el comienzo de los créditos. Situada en un oscuro callejón con una única fuente de iluminación proviniendo de la lámpara de la calle, automáticamente refleja, en estos primeros

segundos, al género *neonoir*, retomando los elementos del género cinematográfico en la década de los 40 reconocido como cine negro. A continuación, se muestra cada actor principal en diferentes ámbitos que están relacionados con sus personalidades y aportan la integridad estilística general de toda la serie.

Los créditos son una sucesión de imágenes, utilizando transiciones de barrido que permiten dividir la pantalla en múltiples fragmentos verticales, yuxtaponiendo varias imágenes en simultáneo. El recurso se utiliza simbólicamente, ocultando la identidad real de cada personaje y demostrando la dualidad de sus intenciones. Las imágenes mismas están gastadas, utilizando colores amarillentos y una paleta de ocres que remiten a la época del género que se reinventa aquí. El color también se vincula con lugar donde transcurre la narrativa, siendo este una pequeña ciudad sobre la costa Californiana.

Studio City marca un letrero colocado sobre un viejo *diner* que remite a los restaurantes Hollywoodenses de los años cincuenta. Dos personajes se encuentran allí, casi sin expresión en sus rostros. La mirada de los personajes establece las relaciones entre estos y, como consecuencia, construye al resto de los planos que se contraponen a partir de esta. Cada mirada es registrada y correlativa con los planos siguientes.

Hacia el final de la secuencia, el detective Keith Mars destapa su rostro al bajar la cámara fotográfica que lo cubre, evidenciando el registro fotográfico que caracteriza su trabajo de investigaciones. Diferentes tamaños de encuadres capturan a Verónica junto a su padre en su oficina de detective privado, revelando su ubicación en un último plano conjunto que muestra el resto de este espacio, lleno de papeles, mapas y planos en las paredes. Keith toma un arma y se enfrenta a cámara, mientras Verónica observa al fuera de campo, esperando. Las palabras *Veronica Mars* se colocan en el punto superior derecho de esta misma imagen, concluyendo con un fundido a negro.

La musicalización de la secuencia entera trabaja con una canción titulada *We Used To Be Friends*, de la banda *The Dandy Warhols*. La misma se ha utilizado en los créditos de las primeras dos temporadas de la serie. La canción se contiene dentro de un género de rock alternativo *indie*, y es representativo de la vastas bandas que aparecen a lo largo de la serie de este estilo. La música remite directamente al público del programa, siendo este un punto de interés para el espectador. Se vincula con la juventud, lo popular y el misterio, por otra parte.

Capítulo 4. Tecnología y formato

La evolución tecnológica que se vive en la actualidad es indudable. Las posibilidades que trae la evolución en diferentes formatos, ya sean televisivos, de registro, celulares inteligentes, y sofisticados *software* de computadora, entre otros, juega un rol importantísimo en la consolidación de la televisión como un medio de calidad. La tecnología es el elemento clave que acerca a la televisión al mundo cinematográfico y, en algunas instancias, lo supera. El video en relación a el material filmico de 35 mm empleado por el cine desde sus comienzos siempre ha sido considerado como inferior, en cuanto a colorimetría, tonalidades y calidad general de la imagen. Los costos elevados del filmico a lo largo de la historia de la televisión, y

la falta de presupuesto invertido por las grandes cadenas, ha generado un desfasaje en la calidad de imagen que se produce en ambos medios, imposibilitando a la televisión de lograr equipararse con el cine a nivel visual.

A partir de la era digital, los nuevos sistemas de registro alteran ambos ámbitos, ya que la llegada de la televisión de alta definición (HDTV), así como las cámaras de alta definición que se emplean tanto en cine como en TV en la actualidad, crean un flujo laboral nuevo. El incremento de la calidad de imagen pone en evidencia y en detalle todos los elementos compositivos del encuadre, creando la necesidad de optar por una puesta en escena elaborada, verosímil y de calidad material.

La revolución tecnológica en los comienzos del nuevo milenio afectan todo tipo de aspecto en cuanto a lo formal, desde el contenido hasta lo que lo excede, como son las vías de distribución del material, el registro del mismo, los efectos especiales y visuales posibles con los avances de la programación y la habilidad de post-producir algunos elementos de la imagen, como la corrección de color aún más avanzada y sofisticada, entre otros elementos.

La inversión de capital, por parte de las cadenas de aire y de cable, por el uso de cámaras de alta definición, combinado con el crecimiento de televisores HD en los hogares en los Estados Unidos, justifica un movimiento que altera la forma en que se recibe la información, más que el contenido en sí. Es importante diferenciar que el contenido, si bien se ve y oye mejor, es alterado únicamente por la forma en que se tiene en cuenta su registro a la hora de representarlo en imágenes, permaneciendo igual sin importar la plataforma en que se reproduce, sea la pantalla de computadora o de celular.

La forma en que el espectador interactúa con el contenido a partir de una experiencia televisiva más completa y robusta es el componente diferenciador entre los antiguos equipos de rayos catódicos de los televisores de anteaño y los nuevos

LCD y plasmas que dominan los mercados de consumo de electrónica. De repente, la televisión resulta atractiva de ver, materialmente, como objeto. La experiencia del cine es completada en el hogar, realizada de forma que nunca se ha podido hacer por completo en los comienzos de la televisión, cuya comunicación se basaba en tener un cine portable en la casa.

Por otro lado, el antiguo registro de video de la televisión pasa a convertirse en un recurso estético, tal como el efecto de vieja película se utiliza en el montaje para remitir a otra época, o referenciar otro material audiovisual. El término contenido pasa a convertirse en *media*, en donde su portabilidad como formato puede reutilizarse en otro tipo de dispositivos, creando un modelo de distribución que excede la propia emisión en un determinado horario durante una noche de la semana.

4.1. Montaje y FX

En principio, ya que se altera la forma de hacer televisión, desde cómo se relata una historia hasta cómo se registra, la forma en que las imágenes se yuxtaponen también evoluciona, y el montaje debe acomodar las nuevas necesidades que exige el avanzado formato. Los discursos televisivos de la actualidad llevan a la experimentación del montaje, y el flujo narrativo es construido según lo que exija el guión de la obra. Es decir, la antigua compilación de imágenes a través del switcher pasa a convertirse en una obra cinematográfica en el cuidado que lleva cada plano y cómo se inserta en consecuencia con el resto, así como el tiempo requerido para finalizar la construcción del relato en su totalidad, teniendo en cuenta la banda de imagen y sonido necesaria para hacerlo.

El montaje está directamente vinculado con la estética y temática de la serie en cuestión, variando tiempos y espacios según las acciones que transcurran o el punto de vista que se haya registrado. Acciones fragmentadas y montadas en suceso

remiten a un producto de mayor calidad, implicando un presupuesto superior, y por ende mayores recursos invertidos en la serie, otorgándole un *plus* al contenido que se manifiesta. *Nikita* logra un montaje completamente cinematográfico en cuanto al género de acción. Las rápidas secuencias de acción, involucrando armas, explosiones, golpes y técnicas de combate físico logran un nivel sofisticado y tomado directamente de las mejores películas Hollywoodenses.

Los actores que protagonizan la serie han mencionado que su meta es lograr un nivel de acción que equipare al de un filme de Hollywood, contando con grandes cantidades de horas de ensayo, entrenamiento, y técnica para realizarlo. El montaje es la herramienta absoluta para lograr que las imágenes, en cuanto a tiempo y ritmos estructurales, creen una referencia directa a las películas de acción, siendo reconocibles de esta forma por el espectador, ya que utiliza los mismos códigos visuales ya conocidos por el mismo.

La combinación de técnicas de montaje crea una hibridación en el cual los contextos pueden coexistir, y se pueden tomar diferentes formatos, de diferentes fuentes, como el video clip, el cine, el *videoart* y elementos íntegramente televisivos, y presentarlos de forma coherente y verosímil.

El montaje también marca un estilo y acompaña una estética. La referencialidad que se experimenta en *The Newsroom* resulta hasta retórica. La utilización de planos cuyo registro se asimila al documental, con un rápido montaje que se mantiene estático debido al movimiento interno del plano y su enfoque en los personajes, siendo de tamaños cerrados, remite a la estética puramente televisiva, al cambio a través del switcher y, justificadamente, el noticiero. Se trata del noticiero dentro del noticiero, dando una idea de que las historias que suceden dentro de la narrativa son noticias en sí mismas, registradas y, por ende montadas como tal. Dentro del relato, se toma una noticia de la realidad y se la presenta a modo del

programa, mostrando diferentes reacciones por parte de los personajes y complicaciones en como exhibirlas al mundo a través de las noticias.

La forma en que el montaje crea un hilo ininterrumpido de eventos, agregando el factor realidad a través de las noticias, evidencia la conversión de los viejos formatos televisivos en métodos estilísticos, mientras toma como base aspectos exclusivamente televisivos, elevándolos y combinándolos con los recursos mencionados. El constante muestreo del *control room*, donde se controlan todos los aspectos del noticiero en vivo, pone en evidencia persistente al dispositivo, haciendo referencia al medio, conteniéndolo. Sus créditos iniciales, por otro lado, también refieren a las modalidades anteriores de la forma en que se realizaban los noticieros, como las primeras emisiones realizadas por *Fox* en las salas de cine, connotando cierta superación por aquel medio que evoluciona en la televisión, donde la fragmentación, desde un punto de vista discursivo y de montaje, es potencialmente más rica y dramática.

Explosiones, reinos mágicos, paisajes únicos, caracterizaciones y elementos fuera de la realidad cotidiana son recreados a través de efectos especiales como resultado de la disponibilidad de herramientas cinematográficas y avances tecnológicos sobre los software de computación que permiten la postproducción, alcanzando un nivel visual de detalle asociado con el cine y obras de gran presupuesto. En el mundo televisivo, los presupuestos se mantienen inferiores, pero se logran efectos especiales que acompañan la narrativa y se mantienen dentro de la verosimilitud que plantea la diégesis.

Awake, por otro lado, crea dos realidades paralelas, utilizando al montaje como puente entre las mentalidades del detective Britton, quien lucha con ambas dimensiones en donde en una muere su hijo y en la otra su esposa, luego de un accidente en la ruta. Desde la imagen, la tonalidad de los colores cambia, para diferenciar las realidades, así como los personajes que asisten al protagonista en su

camino, pero la técnica del montaje es clave para el pase entre una historia y la otra, evitando confusión y manteniendo cierta transparencia. La serie establece códigos, como planos de reacción del protagonista para indicar en la mente de quien está ingresando, así como el cambio estético mencionado en cuanto a la composición lumínica y de imagen. El impacto del vehículo que abre la serie reproduce una situación en cámara lenta, con partículas de vidrio impactando sobre los límites del vehículo, presenta los avanzados efectos que se emplean y establece expectativas que se deben mantener junto con la narrativa y el relato. Son parte del discurso, un fragmento del mismo que debe utilizarse para realzarlo. **4.2. Distribución**

La media se adapta, reconfigura, y divide a través de diversas plataformas para diferentes públicos. La televisión abre sus puertas a los distintos modelos de distribución que se presentan con la revolución tecnológica, creando una red de componentes complementarios a la experiencia del hecho de ver televisión, y la forma en que el espectador interactúa con ella. La introducción del cable y la señal satelital facilitan el acceso de cientos de programas a todo tipo de localidades en diferentes países, ofreciendo una variedad inigualada en las salas de cine.

El flujo de programación, de un bloque televisivo, seguido por una tanda publicitaria, y así sucesivamente se quiebra con la emisión ininterrumpida de series de cable, que luego se replicará en el internet. Hasta la última década, otras formas alternas de distribución de series televisivas implicaba primero el VHS, objeto que se vuelve absolutamente obsoleto con la introducción del DVD y sus reproductores. Las series son compiladas por temporada y vendidas en packs de DVD que ofrecen al espectador la habilidad de ver capítulo tras capítulo en orden, sin quiebres publicitarios, y con extras agregados como la realización de ciertos capítulos o el origen de la idea para su creación.

Asimismo, está destinado al fan, ya que le otorga al material un componente de colección, ofreciéndole un valor material a algo impalpable desde su emisión original

a través de la televisión. La introducción del internet y los avances de *codecs*, sienten estas configuraciones que procesan la señal de video en la computadora, abren posibilidad a la exhibición de programas televisivos fuera de la televisión.

El CW entra en el mercado para competir con las tres cadenas grandes, necesitando un elemento diferenciador que exceda el contenido de sus dramas de jóvenes o dramas familiares. El canal es el primero en hacer disponibles capítulos enteros de sus series en su página de internet, permitiendo la visión continua sin bloques comerciales, con la posibilidad de pausar y rebobinar el capítulo según gusto propio, acercando una experiencia ofrecida por las series compiladas y vendidas en DVDs, siendo aún más masiva, accesible, y sobretodo, gratis.

El sitio web ofrece también información sobre la serie, sus personajes, la música utilizada en cada capítulo y la posibilidad de interactuar con otros fans a través de un portal de foros en donde se discuten los hechos más impactantes y recientes de la serie. Este modelo de distribución se encuentra en una etapa de crecimiento. Debido a su popularidad, las grandes cadenas de televisión comienzan a ofrecer sus contenidos a través de sus páginas web, en donde la importancia de visión a través de aquel medio impacta sobre la renovación de un programa, generando un factor más a tener en cuenta a la hora de continuar con la serie o cancelarla.

Mientras tanto, la compañía *Apple* exitosamente forja asociaciones con los grandes estudios de cine y televisión, ofreciendo capítulos, al próximo día de su emisión, por un costo, para ser descargados y vistos en los dispositivos que ofrece, su línea de *iPods* y computadoras. Este sistema de distribución destaca ciertas series de otras, ordenarlas según las más populares, más vendidas, por contenidos, temáticas, cadena que la emite y las estrellas que las protagonizan. Apple coloca por primera vez al mundo cinematográfico y el televisivo en un mismo ecosistema, categorizando ambos contenidos como obras audiovisuales, que, salvo una

diferencia de costo, pueden ser descargados, visualizados y archivados de la misma forma.

La expansión de los recursos de distribución que se experimenta con los reproductores de música portátil se transfiere al mundo de la telefonía celular, en donde el desarrollo de pantallas táctiles cada vez más grandes en tamaño permiten una experiencia visual de alta calidad y comodidad. La tecnología remite a los años sesenta, década en que dichas experiencias se comunicaban para la venta de aparatos de televisión portátiles, sin importar la baja calidad de imagen monocromática o la forma del equipo en sí. Como resultado, el consumo televisivo se ha expandido exponencialmente, en donde la media puede ser vista en cualquier momento, en cualquier lugar y a través de un rango de dispositivos con diferentes funciones.

4.3. Hibridación de medios y la evolución socio-tecnológica

Retomando los conceptos de Cecelia Tichi (1991), la televisión es un fenómeno reconocido como un ecosistema, en donde se destaca el valor familiar y social como eje de su inserción en la cotidianidad de la sociedad. El aspecto social del medio es un componente que varía históricamente, cuya función cambia según el contexto de las diferentes eras de la televisión. Es decir, una vez que el televisor, como aparato físico, fue introducido en los hogares norteamericanos en el centro del living, espacio de ocio y unión familiar, obtiene un valor social, añadido a su habilidad de entretener y educar.

El hecho de mirar televisión junto con la familia reemplaza a la función de la radio, diferenciándose de la experiencia de la sala de cine al estar dentro de otros ámbitos y comodidades. Los *TV dinners*, cenas pre-cocinadas para que la ama de casa los recaliente y sirva, estaban diseñados para ser bandejas, imitando la comida del avión, que se pueda comer en el sillón mientras se ve la televisión. Aquella hora

de ver la televisión era sagrada para la familia nuclear norteamericana de los años cincuenta, en donde surgían reuniones con conocidos utilizando al televisor como motivo justificador de estas. El televisor, y sus contenidos, se convierten en tópicos de charla, lugar de opinión y un centro emotivo en el cual se comparten experiencias juntos.

Los cambios tecnológicos, por otro lado, mejoran la percepción del aparato, le otorgan un mayor nivel de visualización que resulta más atractivo para el espectador, como el color, o la mejora de la señal de video. Durante estos cambios, la televisión se torna portátil. Los antiguos muebles de madera desaparecen para ofrecer un producto mucho más versátil y cómodo en el hogar, en donde se introduce la *Tummy TV*, un aparato completamente portátil para colocar sobre el estómago del espectador, ofreciendo una experiencia que se puede llevar al dormitorio, a la cama, o al sofá, donde el espectador se sienta más placentero.

El televidente se torna cada vez más individual. En las décadas de los ochenta y los noventa, crece una generación que se ha criado con sets de televisión encendidos, en donde la experiencia familiar vinculada con aquella idea del sueño americano desaparece. Cada miembro de la familia tiene un televisor en su propio dormitorio, su espacio íntimo y personal. El hecho de ver televisión se convierte en ámbito sexual, al convertirse en una experiencia que se vive individualmente, con un índice de culpabilidad que surge a partir de la tensión entre la convención social y los aspectos privados e individualistas de ver la televisión. El hecho de ver televisión a oscuras, con temáticas que apelan a los intereses específicos del individuo, distinguiéndose de los de la familia como conjunto y unidad, generan una necesidad de individualismo, creando una ruptura con el elemento social de la televisión; evita una conexión con el mundo exterior. La TV sumerge al espectador y lo somete por un tiempo prolongado a diferencia de la corta duración que contrasta en el cine. La televisión se descentraliza, convirtiéndose en una experiencia que asimila al

concepto del individualismo americano, con su énfasis en actos y elecciones personales. (Tichi, 1991).

En la actualidad, la televisión se reinventa como social, debido a la convergencia de medios que abre la posibilidad a un vínculo con el mundo fuera de la realidad plasmada por los contenidos. La hibridación de la televisión con el internet y sus componentes auxiliares, sean teléfonos inteligentes o cualquier otro aparato electrónico con potencial a conectarse con otro, unifican a una sociedad, tal como la televisión había logrado en los años cincuenta, pero a una escala elevada, fragmentada y activa las 24 horas del día, los siete días a la semana.

Los nuevos equipos de televisión, denominados *Smart TVs*, incorporan todo elemento social disponible a la experiencia de ver televisión, comentarla, y evidenciarla. Considerados televisores inteligentes, que cuentan con conexión a internet, tienen la posibilidad de ofrecer una guía interactiva de la programación día a día, en donde las cuentas a redes sociales como *Facebook*, *Twitter*, *Google+*, entre otras, permanecen permanentemente activas, ofreciendo la posibilidad de actualizar su estado en las redes, subir fotos, citas del programa que se está viendo y cualquier otro comentario sobre el mismo.

Sitios de internet como *GetGlue* son páginas completamente destinadas al aspecto social de los medios de entretenimiento. En la página, se hace un *check-in*, una especie de aviso, que evidencia qué serie de televisión se está visualizando; ofreciendo la posibilidad de también hacerlo con otros formatos, como las películas, libros, o músicos escuchados. Una vez que se realiza esta acción, al usuario se le presentan estadísticas de la cantidad de personas visualizando aquel determinado programa, contando con la posibilidad de interactuar con estas y realizar comentarios sobre los hechos narrativos que suceden en el capítulo visto. A su vez, la página web se conecta con Twitter y Facebook, entre otras redes sociales, con el fin de llamar la atención a amigos cercanos y familiares que también siguen

determinados programas. El sitio ofrece *stickers* como premios de check-ins si realizan la acción cuando el programa está siendo emitido, siendo un valor más para medir la audiencia y popularidad de cada programa.

Por último, el sitio oficial de las cadenas de aire que ofrecen la visualización de capítulos enteros de series cuentan con botones destinados a GetGlue, combinando las funciones de forma más cómoda para el usuario, sin la necesidad de acceder a cada página de internet de forma individual.

Por otro lado, se han creado fenómenos sociales relacionados con algunos programas que forman parte del contexto social que se vive en la actualidad. La interacción con las estrellas, autores y personas que intervienen en el hecho de producir un programa de televisión, es cada vez más frecuente y tangible. Twitter se ha categorizado por ser el medio que etiqueta aquellas figuras importantes y las marca como personas reales, personas que actualizan su estado, cuentan hechos de su vida cotidiana y hasta colocan fotos del set y promueven las series que protagonizan.

La idea de etiquetar a una persona como real le otorga legitimidad, invitando al espectador a poder hacerle preguntas a los personajes que ve en la televisión una vez por semana, convirtiendo al televidente en fan y, como consecuencia, creando un vínculo de identificación más fuerte con los personajes y la narrativa que engloba el programa. Las grandes cadenas, a su vez, organizan eventos alrededor de esta idea, comunicando que durante el capítulo de tal serie, los protagonistas estarían *tweeteando* y hablando sobre el programa mientras se emite, creando una exclusividad con el programa y sus personajes, así como otro índice de éxito comercial para el network.

La convergencia de medios es uno de los aspectos más importantes del MRC, ya que es un eje, y un resultado, de la revolución tecnológica que transforma al discurso televisivo de forma externa a la narrativa, impactándola simultáneamente.

Es en esta instancia donde cambia la forma que contiene a ese contenido. Un televisor inteligente, con resolución HD y acceso a internet no cambia los puntos de giros, acciones dramáticas, sucesos narrativos y desarrollo de los personajes en una serie televisiva, pero si altera aquel aspecto social con el cual la televisión se ha concebido. Permite fragmentar a su audiencia, apelar a diferentes puntos de interés y permitir una vía de retroalimentación con los Showrunner para mejorar el hecho de contar historias, afectando la sensibilidad de los temas plasmados. A su vez, nuevos estudios productores de contenido surgen con el movimiento digital.

La popularidad de sitios que hacen un *streaming*, o muestreo de obras por internet a través de una suscripción paga, como *Netflix*, *Youtube* y *Hulu*, han estimulado a los mismos para convertirse en nuevos estudios digitales, produciendo contenido original a ser exhibido exclusivamente por aquel medio. Coproducciones, por otro lado, juntan a productoras procedentes de las cadenas de cable con los mencionados sitios de internet, ofreciendo un salvavidas a series que no logran recuperar sus costos por la falta de puntos de rating, emitiéndolas por alguno de los mencionados sitios que compren sus derechos y continúen la producción de la tira televisiva. Los avances tecnológicos, acompañados por la instauración del cable y la imagen satelital en los hogares estadounidenses, son la plataforma contenedora del MRC, cuyo punto de contacto con el cine se da puntualmente a través de la agrupación por asociación realizada en la actualidad por las industrias que producen, reconociendo su valor como material audiovisual digno de compartir vías de distribución adecuadas para el alcance masivo de los mismos.

4.4. La nueva media

Las nuevas plataformas de televisión resultan en la consolidación de la denominada nueva media. El elemento físico del soporte analógico del fílmico en celuloide o la cinta de video desaparece para convertirse en un simple código de computación. La nueva media es una virtualización del contenido, en este caso,

televisivo, cuya digitalización permite una nueva forma de interacción para el espectador y el showrunner. El estándar establecido por la cadena del CW se implementa por el resto de la competencia. Los canales de cable adoptan la estrategia online para distribuir episodios en su totalidad y la superan, ofreciendo servicios incluidos en la suscripción abonada por el cliente.

HBO lanza *HBO Go*, una aplicación para *smartphones* y computadoras *tablet* con la posibilidad de acceder al contenido en cualquier momento, en cualquier lugar. El servicio destaca en el corto plazo que existe entre la emisión del episodio por televisión y su acceso al sistema. Si bien aún no existe, la posibilidad de descargar el contenido y guardarlo para verlo *offline* se ha anunciado como un adicional al servicio, creando una situación ideal para una visualización continua en viajes, sin la necesidad de estar conectado al internet. A diferencia de servicios como Netflix, HBO Go prioriza su contenido televisivo original sobre las producciones cinematográficas de Hollywood.

La adopción por este tipo de distribuciones genera un incremento en publicidades virtuales, con oportunidades económicas que alteran el flujo de ingreso al canal. Actualmente, la promoción de los servicios online se realiza tanto como la incentiva de ver la programación de un canal en su emisión por televisión. Los avisos publicitarios virtuales crean una mayor cooperación entre los auspiciantes dedicados a la producción televisiva, creando nuevas estrategias de marketing y alterando los modelos económicos empleados por la televisión convencional. (Richards, 2010).

La distribución de la nueva media genera una base de datos, en donde por la digitalización del material, se puede acceder a un catálogo de series de años anteriores, en donde si el espectador no lograba verlo durante su emisión no lograba visualizarlo. De esta forma, este encuentra nuevas series y regenera el interés en ella a través del involucramiento en las redes sociales. Los programas

contemporáneos están diseñados para ser explotados a través de el mayor número de plataformas digitales posibles.

Asimismo, la experiencia online personalizada a partir de la manipulación de algoritmos por parte de la computadora altera por completo la interacción entre el espectador y el contenido. Este se convierte en usuario y obtiene un vínculo directo con el canal. Las expectativas, por ende, aumentan. La generación del contenido extra exclusivo a la distribución online le otorga lleva a la autenticidad y una mayor participación del usuario. La interactividad mantiene al público interesado y refuerza la lealtad hacia cierta programación.

Tanto los creadores de televisión como sus seguidores han creado nuevas costumbres de ver televisión, modificando la forma en que se reflexiona sobre los contenidos, a través del movimiento hacia plataformas en línea para establecer relaciones entre ambas partes. Las estrategias narrativas y cualitativas se alteran dependiendo su efecto en la audiencia, que, en contraste con la antigua televisión, se puede evidenciar instantáneamente. Existe un reconocimiento, por parte de los autores, por el tipo de espectador que ve su material, generando contenido en torno a este interés.

En principio, el material extra previamente incluido en DVDs de temporadas completas es el primer intento a forjar una relación más profunda con el público. Este tipo de contenido se traduce al mundo cibernético en donde se hace disponible posterior al lanzamiento de diferentes episodios, o determinadas situaciones consideradas como eventos televisivos, como puede ser la *finale* de una temporada. Desde entrevistas al elenco, o videos de cómo se realizó un capítulo en específico abundan en los sitios web de cada cadena en asociación con páginas de contenido generado por usuarios, como Youtube o *Vimeo*.

El comentario de audio, por un lado, es una pieza extra de la serie que ofrece un rico análisis por parte de los creadores, así como cabezas de equipo claves en su

realización y miembros del elenco que comentan sobre un episodio específico mientras se reproduce. Estos, originalmente incluidos en paquete con DVDs se distribuye digitalmente como *podcasts* a través de la mencionada tienda virtual de iTunes o Amazon. Asimismo, la compra del material en discos físicos no elimina la posibilidad de obtener estos mismos digitalmente ya que, en la actualidad, cada caja incluye un código para descargar el equivalente digitalizado de cada episodio, y todo el contenido extra asociado. (Richards, 2010).

La creación de un archivo digital genera la posibilidad de modificar aquel material audiovisual y crear nuevas unidades de contenido. El espectador se convierte en fan, realizando videos con el único propósito de compartirlos en los mencionados sitios, ofreciendo un punto de vista sobre determinadas relaciones de la serie o destacando los personajes de preferencia. El canal CW ofrece un sorteo anual, en donde los espectadores son incentivados a realizar una promoción de corta duración de alguna serie en su programación a partir de material brindado en su sitio web. Estos detalles enriquecen la lealtad hacia el canal, reforzando una identidad y explotando variaciones artísticas con material pre-existente.

Por otro lado, el vínculo entre los creadores y la nueva audiencia online crea una compleja y exigente relación. Las presiones aumentan en torno a las altas expectativas episodio tras episodio. Asimismo, la incentiva de visualizar un capítulo en su emisión al aire para validar una visión fuera de él posterior genera ansiedad en cuanto al futuro de la serie y su éxito comercial ante las nuevas plataformas digitales; la retroalimentación cultural no implica una determinación del show como un éxito o un fracaso. (Patel, 2012).

La televisión condiciona y reformula las tecnologías existentes y potenciales. La forma en que se conectan diferentes aparatos con la televisión, debido a su definición de imagen superior y tamaño de pantalla, así como accesibilidad, cambia. Los controles remotos de la actualidad incluyen una cantidad de botones en

aumento, en adición a teclados facilitadores para la búsqueda de contenido por título. La televisión obtiene nuevas funciones que se explotan a través de otros aparatos, muchos de estos accesorios o complementos al dispositivo principal.

Las consolas de video juegos de esta generación obtienen la posibilidad de conectarse a servicios de streaming para la visualización de contenido televisivo y cinematográfico a través de la pantalla de televisión, evitando los costos de suscripción a canales del todo. *Apple TV*, por otro lado, se presenta como un pequeño dispositivo con la habilidad de reproducir en la gran pantalla el contenido abonado a través de la tienda virtual de iTunes. Los productos de Apple tienen la opción de enviar material audiovisual desde el dispositivo directamente hacia la pantalla de televisión a través de Apple TV por redes inalámbricas, creando un ecosistema tecnológico altamente complejizado.

Capítulo 5. Tendencias Cinematográficas

Desde sus inicios, la televisión norteamericana ha vivido en la sombra del cine Hollywoodense. Se ha creado una tendencia de estimar al cine sobre la televisión. La comparación surge a partir de los presupuestos del modelo cinematográfico, siendo mayores que los de la producción televisiva, y la percepción de la inversión sobre la pantalla grande, con una gran oposición a la pequeña pantalla, de menor resolución, de la televisión. Los placeres de escotofilia de cine contrastan con los elementos domésticos atribuidos a la televisión. La diferenciación entre ambos medios, en parte por los modelos de censura LOP empleados por los networks, han creado un distanciamiento de contenidos que crea dos discursos diferenciados, el cinematográfico y el televisivo.

La influencia cinematográfica que surge a partir del desarrollo tecnológico, principalmente la era digital en la cual se beneficia la producción televisiva, acerca a los dos medios y logra equiparlos en diferentes puntos que hacen al lenguaje audiovisual. Como mencionado a lo largo del ensayo, existen múltiples aspectos, relacionados con el hecho de hacer televisión, y luego, los contenidos de su

programación, en donde se ve una huella del mundo cinematográfico evidente, y, con el desarrollo del MRC, constante. **5.1. Renacimiento de los géneros clásicos**

La introducción de HBO, así como las grandes dramas de los networks de cable, reformulan la estructura narrativa repetitiva y estática asociada con las series de televisión. La transparencia de los recursos de producción y la reinención son considerados de calidad, a diferencia de la fórmula y repetición. El cable utiliza la misma estructura con un giro de tuerca, un elemento innovador sobre el reconocido molde. Este elemento diferenciador surge con la hibridación de géneros, elemento característico del cine contemporáneo en donde se crea una historia narrativa potencialmente más rica e impactante para el espectador, resultando atractiva y llamativa simultáneamente al romper las reglas de cada género empleado, creando un distanciamiento de la industria generalista de Hollywood, satisfaciendo de esta manera a las necesidades individuales desde el aspecto individualista del hecho de ver televisión, o cine. *Game of Thrones* puede identificarse como una serie dramática de fantasía así como un drama político, otorgándole otro punto de vista exclusivo al programa. La reinención de géneros es un aspecto del MRC que ayuda al mismo obtener un discurso actualizado, diferente e innovador, e incluye, como consecuencia de la hibridación de géneros, al renacimiento de los géneros clásicos, fuente de la cual la televisión primitiva se ha aferrado con las primeras antologías teatrales y adaptaciones radiales.

5.1.1. La reinención del *neonoir* en *Veronica Mars*

Creada por Rob Thomas, *Veronica Mars* es una serie televisiva lanzada con poco éxito comercial en el débil network UPN. El aclamo crítico la re comisionó para una segunda y una tercera temporada, esta última en el nuevo network The CW, antes de ser abruptamente cancelada. El asesinato de la joven Lily Kane, mejor amiga de Verónica Mars, en la adinerada ciudad costera de *Neptune*, California

resulta en el despido de Keith Mars, el comandante del departamento de policía que erróneamente acusa al padre de Lily por el crimen. La historia comienza meses luego de estos eventos en donde Verónica, hija del ex *sheriff*, intenta realizar su propia búsqueda por el asesinato, asistiendo a su padre como detective privado, resolviendo diferentes casos que surgen en la secundaria de ricos a la que atiende.

Los conflictos que se explotan en primera instancia son los clásicos: las relaciones, las presiones sociales y la vida de una chica marginada de una sociedad que se considera por encima de ella. Las similitudes con los dramas de adolescentes se detienen aquí, en donde Verónica se presenta como una inusual heroína que atraviesa temáticas oscuras, especialmente para los estándares del network, que involucran el adulterio, violaciones sexuales, corrupción, crimen organizado y drogas. Los campos de la legalidad se ponen en cuestión constantemente, así como la moral, la ética y la política.

La serie es parte policial, parte novela y mayormente neonoir, retomando recursos visuales del cine negro y reinventándolo para la televisión de la actualidad, asociado con el misterio y la intriga. Manteniendo arcos dramáticos a lo largo de una temporada entera, se presentan casos semanales que Verónica debe resolver, buscando su propia identidad en el proceso. Ella se muestra como un punto de vista exterior a ese mundo, el cual el espectador recorre a su lado. El modelo dramático de la serie prioriza la información que no es neutralmente producida por razonamiento deducible, sino derivado de una participación emocional y de experiencias personales. El serial explora los temores más profundos y las ansiedades con la llegada de la adultez sin disminuirlas. Moteles turbios, callejones oscuros, y grandes mansiones siniestras son parte de la iconografía que hace al estilo negro de la serie, contrapuesto con los engaños y asesinatos e infidelidades concurrentes. Existen varias referencias al cine clásico y cultura cinematográfica general. Keith Mars, llevando a su cita a ver el Halcón Maltés (Huston, 1941),

cómicamente expresa las similitudes de la búsqueda de personas, o en su caso, un perro de carreras considerado de oro.

La mise-en-scène es clave para la representación del estilo negro, presentando a la oficina de *Mars Investigations* como un claro ejemplo, y eje, de este. La oficina posee un clima y puesta en escena íntegramente propia e independiente del resto de las locaciones, siendo un lugar central al que recurre la familia Mars. Desde la iluminación, el espacio mantiene tonalidades cálidas, en donde la luz atraviesa grandes vitrales que alteran los colores, siendo el amarillo, marrón, y naranja, los predominantes. Es un clima denso, que refleja la oscuridad real del exterior del lugar. También cuenta con una puerta de entrada sacada directamente de un film de la década de los cuarenta, con las palabras Mars Investigations encorvadas sobre un panel de vidrio difuminado, con la imagen de un ojo abierto en el medio.

En la tercera temporada, Verónica asiste a la Universidad de *Hearst*, obteniendo esta un estilo similar a la oficina de investigaciones. La biblioteca, donde Verónica trabaja durante el día, manifiesta una atmósfera densa. Las escenas nocturnas construyen un misteriosa clima, contando con iluminación proveniente de lámparas de luz de calle o ventanas alejadas. El mundo aparenta ser tan artificial como real, ya que los personajes con los cuales Verónica interactúa son adinerados y superficiales; cualquiera de ellos puede ser capaz de cometer los crímenes. Los personajes más cercanos a Verónica, por otro lado, son inteligentes y tridimensionales. Cada uno de ellos aporta un atributo valorado por la protagonista y mantienen un equilibrio de drama dentro de las relaciones que evolucionan a lo largo de la serie.

Un arco narrativo en la tercera temporada ubica a Verónica investigando la muerte del decano de *Hearst*, en una de las historias más ambiciosas de la serie. La búsqueda se expande a través de múltiples episodios, poniendo su vida en peligro al acercarse cada vez más al asesino, quien había planeado el asesinato en base a un

ensayo escrito por la misma Verónica para su clase de criminología. Se ponen en juego todos los recursos técnicos, en donde los encuadres subjetivos generan misterio e incertidumbre, proporcionando la información al espectador al igual que al personaje. La historia lleva a la heroína a descubrir pistas que invierten por completo el objetivo de la misión y la identidad del asesino, a travesando cabarets, prostíbulos, bares tenebrosos y el propio campus de su universidad.

La estructura narrativa que utiliza mezcla también elementos del noir, en donde todas las pistas se van descubriendo al mismo tiempo que la protagonista, pero ella siempre se encuentra un paso más adelante que el espectador. Une todas las piezas del rompecabezas fuera de cámara, en donde el crimen se resuelve y es deducido por el espectador, no explicado de forma redundante por ella. La participación del espectador para juntar la información, muchas veces fraccionada por su formato serial, añade una dimensión que la televisión puede ofrecer en relación a las películas que *Veronica Mars* alude.

La serie cuenta con una banda sonora que combina musicalizaciones por bandas de rock indie con canciones lentas y sutiles. Asimismo, obtiene un *score* instrumental para climatizar situaciones tensas, intensificándolas y dramatizándolas. Los silencios de la noche refuerzan la soledad de la protagonistas mientras que el género de rock utilizado refuerza la juventud y el público al cual se dirige.

5.2. Hipertextualidad y la televisión referencial

La influencia cinematográfica sobre el discurso televisivo en la actualidad ha obtenido como resultado un modelo que se basa en el contenido, la profundización de la complejidad de personajes y la reconfiguración de estructuras narrativas a partir de la fragmentación episódica de la serialización. Sin embargo, existen valores culturales que conllevan los códigos resultantes en dichos cambios en todo aspecto del discurso audiovisual. Un transvase de material que parte de la intertextualidad,

es decir, el cruce de textos, identificando a obras audiovisuales textos fílmicos, se crea un vínculo entre obras, reproduciendo, imitando o reflejando componentes de una en la otra, desde un formato a otro. La hipertextualidad, en sus diferentes manifestaciones dependiendo la fuente original y su formato, implica un cruce de piezas audiovisuales y, principalmente, una gran influencia sobre la otra.

Cascajosa (2006b) El estudio de la hipertextualidad es un valioso mecanismo para comprender el funcionamiento de las industrias culturales, los mecanismos comunicativos de los modos de representación a través de sus lenguajes, géneros y tendencias, y la evolución de la propia sociedad que busca su reflejo en el rico entramado formado por la cultura popular. (p. 15).

El hecho de crear transposiciones o adaptaciones desde un formato al otro se realiza desde los comienzos del cine y la industria del entretenimiento. Las novelas se adaptan para la gran pantalla, así como las obras teatrales se convierten en antologías televisivas. Como se menciona a comienzos de este trabajo, el primer acercamiento cinematográfico al ecosistema televisivo fue a partir de continuaciones de filmes exitosos adaptados a series de televisión.

Asimismo, algunos formatos son más compatibles con otros. El cine y la televisión manejan un mismo lenguaje audiovisual, por lo que una transposición es más factible que la adaptación de una pintura a una tira de cómics, por ejemplo. La hipertextualidad es la principal fuente de influencia cinematográfica que instaura el MRC y tiene una función institucional, asistiendo con la consolidación de los códigos audiovisuales propios del discurso televisivo. Lo que surge como un interés puramente comercial, al reciclar una obra ya exitosa, permite menor riesgo económico, reforzando la ideología de la industria televisiva en maximizar la rentabilidad de un producto a partir de un set de códigos genéricos que apelen a la mayor cantidad de personas posibles.

La digitalización de la televisión abarca con mayor precisión esta idea. La denominada media, en cuanto al programa de televisión como obra que se expone en diversos formatos, obtiene el nombre de multimedia, sirviendo como contenido cuya multiplicación en diferentes formatos le atribuye una exposición a mayor escala, sin afectar el contenido que la constituye. En la actualidad, el fenómeno existe como resultado de la convergencia de medios, cubriendo una necesidad social y comercial, al propagar las ganancias posibles explotando al producto en diferentes niveles de exposición. En esta instancia, el dispositivo, la televisión, deja de ser simplemente un aparato, convirtiéndose en un modo de representación y reproducción de las diversas fuentes, ya sean filmes, series de televisión, o video juegos. (Cascajosa, 2006b).

Una vez que se reconoce a una obra audiovisual, o de cualquier otro tipo, como un conjunto de citas, códigos, símbolos, iconos, y otros elementos discursivos proviniendo de diferentes textos, la hipertextualidad obtiene un mayor poder simbólico, discursivo y analítico. El hecho de reconocer y descomponer dichos elementos resulta en la creación de una nueva obra profunda, referencial y más rica narrativamente, en donde quien se beneficia de estas herramientas es el autor, decidiendo como construir el relato a partir de estos componentes.

Existen diferentes tipos de hipertextualidad, ya que se pueden tomar ciertos elementos de una obra y convertirlos con mayor o menor libertad; se pueden tomar solamente personajes, trazos del relato, o simplemente una idea inspiradora. Un proceso de retroalimentación se del discurso audiovisual se inicia de esta forma, a través de actualizaciones de la misma obra o adaptaciones que reinventen el género, reutilicen aspectos formales de la original, se conviertan en parodias o se contextualicen en otros relatos a través de referencias directas. Simultáneamente, se identifican los elementos necesarios para realizar el traspase de valores teniendo en

cuenta cuales deberían motorizar la nueva obra y si funcionaría para el medio destinatario.

La hipertextualidad que toma lugar en la era contemporánea del discurso televisivo, o cualquier otra forma de arte o entretenimiento, es un intercambio bidireccional, en donde existe una alimentación narrativa constante, determinando un flujo o sinergia. El hecho de que los grandes estudios de cine sean dueños de cadenas de televisión, operando bajo un mismo paraguas corporativo, como el caso de *Time Warner Inc*, así como de otros medios como cómics, editoriales de libros, discos musicales, networks de cable y noticieros facilita el intercambio y la promoción de sus mismos productos. El universo de los *DC Comics*, cuyas propiedades intelectuales incluyen a *Súperman*, por ejemplo, dan lugar a adaptaciones realizadas para la televisión, tomando aspectos narrativos y reinventando la conocida historia clásica del súper héroe, resultando en *Smallville*, una serie televisiva del network *WB* (luego convertido en *The CW*), que trata los orígenes del héroe, trazando su historia desde sus años en la escuela secundaria.

Si bien los relatos son nuevos y originales, se toman muchos elementos de la fuente original, como los personajes principales e historias elementales para los lectores de aquel cómic y sus fans. Por otro lado, autores de los cómics han escrito guiones para capítulos de la serie, atribuyéndole cierta legitimidad en cuanto al nivel de calidad que posee la pieza televisiva. Chloe, un personaje principal agregado exclusivamente para la serie, obtuvo tanta popularidad durante su tira de diez años, contando con diez temporadas y más de 250 capítulos, que se añadió su personaje, basado en la personalidad y características de la serie, en la tira de cómics de Súperman.

Asimismo, *Smallville* actualmente continua su narrativa a través de los cómics, ya que fue cancelada por el network pero retomada por DC Comics para que se continúen los eventos, un fenómeno que ya ha sucedido con la exitosa *Buffy*, *The*

Vampire Slayer. Supernatural, otra serie originada en el WB tiene su propia tira de cómics digitales, distribuidos exclusivamente por *iTunes*, la tienda virtual de Apple que permite la compra de series de televisión y películas.

En cuanto al intercambio plenamente audiovisual, existe un triángulo de producciones audiovisuales con un vínculo a partir de la hipertextualidad. Se reconocen dentro de este esquema al cine, la televisión, y el telefilme o la miniserie, siendo dos fenómenos diferentes pero asimilables por cuestiones de producción, emisión, y fragmentación narrativa. Compartiendo un mismo lenguaje visual, el intercambio dentro de este esquema es de mayor acceso en donde se manifiestan diferentes tipos de hipertextualidades: interna, cruzada y externa. (Cascajosa, 2006b).

5.2.1. Hipertextualidad interna

La hipertextualidad interna tiene que ver con la narratología del material audiovisual, con una fuerte tendencia al reciclaje de historias a través de continuaciones en forma de secuelas, precuelas o extensiones en otros formatos, sean televisión o cine, dependiendo la fuente original. El fenómeno del *remake* es el más frecuentado en el ámbito cinematográfico, ofreciendo una posibilidad de recontar una historia para una nueva audiencia, en un contexto social diferente al de su producción original y con técnicas tanto narrativas como formales, a partir de la tecnología, renovadas.

Existen dos modalidades para el desarrollo del *remake*. Por un lado, una versión temporal, en donde se toman las mismas obras norteamericanas y se ofrece una versión avanzada o renovada. Este movimiento es muy común en la actualidad, especialmente con películas de súper héroes, y en la televisión con series que ya tienen más de una década de antigüedad que hayan sido exitosas durante su emisión, como *Beverly Hills 90210*, *Dallas*, *La Femme Nikita* (Surnow, 1997),

Melrose Place (Star, 1992), entre otras. Por otro lado, una versión espacial, tomando material audiovisual de otro país. En cine, se frecuentan las obras provenientes de Francia, mientras que en televisión se toman series del Reino Unido, particularmente adaptaciones en base a series de la cadena principal *BBC*. La misma *La Femme Nikita* surge como una adaptación televisiva en base de una película francesa del mismo nombre. La serie actual, *Nikita*, es fruto de la serie americana, sirviendo como una continuación más que un remake por cuestiones narrativas y de relato.

La transvaloración, por otro lado, tiene como resultado la creación de un producto audiovisual nuevo, tomando a un personaje secundario de una serie de televisión o película que pasa a protagonizar su propio programa o film. El proceso se reconoce como *spin-off*, y da lugar a ilimitadas posibilidades narrativas, ya que pueden cambiar el contexto por completo, así como generar cruces de personajes e historias entre el programa original en el cual formaban parte con el nuevo, si ambos siguen emitiendo capítulos simultáneamente, en el caso de la televisión. (Cascajosa, 2006b, p. 8).

5.2.2. Hipertextualidad cruzada

A su vez, la hipertextualidad cruzada, se intercambian materiales de forma bidireccional entre el cine, la televisión, el telefilme, y la miniserie. Este manifiesto está relacionado con las adaptaciones directas que se hacen de la televisión a la gran pantalla, y viceversa; fuerza matriz de los inicios de la televisión en su inepción con las adaptaciones de películas exitosas a ser exhibidas por la televisión y extendidas en su forma más básica de episodios y serialización.

Como se ha mencionado previamente, es el primer indicio de la influencia cinematográfica en el discurso televisivo, manteniendo elementos propiamente televisivos en cuanto a la distribución de información, el desarrollo de los personajes prolongado y su entrega episódica. Este acercamiento genera una ruptura en la

industria de cine en cuanto al rechazo inicial de trabajar en el medio considerado mediocre y de clase baja. Esta intención de probar y experimentar en el mercado televisivo es lo que llevaría posteriormente a los autores cinematográficos hacia los dramas serios.

El cine ha servido como medio de continuación de aquellos programas denominados de culto, debido a su poco rating pero fuerte base de fans que lo apoyan, específicamente aquellas de ciencia ficción o fantasía, que han sido cancelados de forma prematura. La serie *Firefly* (Whedon, 2002), por ejemplo, ha generado una película para continuar y otorgarle un cierre a la cancelación abrupta luego de su primera temporada. *The X-files* (Carter, 1993), por otro lado, ha logrado dos adaptaciones cinematográficas, mientras que *Veronica Mars* lucha, en una campaña pública en redes sociales, por obtener respaldo económico y continuar los eventos de su última temporada en la gran pantalla.

Asimismo, el cine también aprovecha la oportunidad. La serie *Bates Motel* (Cuse, 2013) se estrenará a mediados del 2013, siendo una precuela, o historia de origen, de la icónica película *Psycho* (1960) de Alfred Hitchcock. El éxito de una serie, o película, genera una adaptación con un nuevo reparto y mayor presupuesto, resultando en una obra que logre pasar a la original en términos de producción, y, por ende, resultando en un elemento de calidad.

Adicionalmente, las películas realizadas exclusivamente para la televisión, el telefilme, también es un vehículo importantísimo para la influencia cinematográfica, contando con todos sus recursos en donde lo único que se altera es su forma de exhibición. *HBO* se caracteriza por sus telefilmes, nuevamente reforzando el slogan y distanciándose de la concepción de la televisión como mero objeto de ocio y vacío intelectual.

Las películas realizadas para televisión obtienen mayor grado de literalidad, remitiendo al cine europeo más experimental que le otorga prestigio al canal y lo

posiciona como uno de los productores de material audiovisual más importantes de la industria. La barrera entre el cine, la televisión, y el telefilme es cada vez más difusa. El intercambio entre la serie de televisión y el telefilme es aún más frecuente, en donde se realizan especiales de reencuentro con el reparto de una serie cancelada luego de un determinado tiempo, por ejemplo, o la posibilidad de realizar un piloto extendido, que luego resulta siendo un valor agregado en el DVD original de la serie, mostrando un material que únicamente pueden ver aquellos aficionados de la serie cuyo compromiso los ha llevado a comprar las temporadas, cualesquiera sea su formato. Se ofrecen telefilmes de origen, contando la historia de un personaje previa a su aparición en una serie, así como especiales sobre que ocurrió en temporadas anteriores, ofreciendo pistas y detalles del estreno de la próxima, como forma de promoción, principalmente de forma digital en los varios canales de distribución que tiene el canal. (Cascajosa, 2006b).

5.2.3. Hipertextualidad externa

Por otro lado, la hipertextualidad externa ofrece un intercambio bidireccional entre diferentes modos de representación y formato, principalmente aquellos proviniendo de la novela. Desde los inicios de la industria del entretenimiento, la novela ha sido la base de las construcciones narrativas en el cine y la televisión, destacando a novelas de ficción exitosas que rápidamente se adaptan a la gran pantalla.

La hiper producción de *Game of Thrones* es un ejemplo excepcional, ya que la fidelidad que se mantiene a lo largo de su realización televisiva en cuanto a la obra original atrae a una gran cantidad de público, sean lectores de la obra o fans del reino mágico, la fantasía y la ciencia ficción. Los altos costos de producción, otorgándole un atributo cualitativo instantáneo, generan en el espectador

satisfacción; saben que la obra le hará justicia a la original, por más que todavía no la hayan visto.

Sin embargo, la novela no es el único formato que se ha adaptado. Se puede validar con la reflexión “La relación de intercambio establecida entre cine y televisión con la novela y el teatro ha sido imitada por otros modos de representación como el serial radiofónico, el cómic y el videojuego” (Cascajosa, 2006b, p. 10). El nivel de foto realismo desarrollado en los videojuegos de la última generación de consolas con gráficos en alta definición han acercado al medio a ser considerados arte, se pueden apreciar casos de adaptaciones a cine en base a sus personajes. Tal es el ejemplo de la saga de *Resident Evil* (Anderson, 2002), por ejemplo, o hasta la cómica aplicación de sistemas operativos móviles de *Angry Birds*, resultando en el filme *Rio* (Saldanha, 2011).

También, se manifiesta lo inverso, en donde se programan videos juegos multi-plataforma, para todas las consolas disponibles, basados en películas de *Disney* o *Dreamworks*, los principales estudios de filmes para niños y jóvenes, siendo esta otra forma de promocionar y maximizar los productos auxiliares relacionados con diferentes aspectos de la historia.

Las diferentes formas de hipertextualidad no son casos aislados, ya que pueden darse de diferentes maneras en simultáneo, como puede ser el caso de una película que sea un remake de una anterior que a su vez esté basada en un cómic. Este tipo de cruces también enriquece al contenido y maximiza la posibilidad de expresión debido a las ilimitadas fuentes de información a donde se puede concurrir.

La original debe ser un elemento excluyente, de todas formas. La visión de un autor, Showrunner, o director, debe mantenerse propia y plantear un punto de vista con todo lo que conlleva esto, implicando una estética, estilización y marca autoral que resulte de interés tanto del público para la industria. Es una forma de reflexionar

sobre lo que ya funciona, saliendo de las fórmulas genéricas planteadas desde los análisis de la psicología y la identificación a partir de estereotipos.

El hipotexto es el núcleo central de toda obra, siendo la recepción y creación una forma óptima para el desarrollo de calidad sobre los valores preexistentes que están incrustados en la obra original. (Cascajosa, 2006). La tendencia a recurrir a este elemento crea un ecosistema homogéneo en la producción audiovisual en donde se equiparan los discursos, siendo la televisión el medio beneficiario al contar con la posibilidad de una experimentación que excede la misma televisión, convirtiéndose en un fenómeno que lo mantiene vivo e innovador.

5.3. El espectador de cine y TV

Existe un elemento diferenciador por el cual el mundo cinematográfico y el televisivo han mantenido una distancia, imposibilitando la desaparición de uno o el otro a través del declive de popularidad en el cine y el desarrollo de la televisión como un medio de calidad. El espectador, desde un punto de vista comercial el eje de toda producción audiovisual, posee determinadas características que lo atraen a un medio sobre el otro, manteniéndose en él y creciendo en el mismo. Se ha mencionado a lo largo de este ensayo la diferenciación inmediata, desde los inicios de la televisión, de la alta cultura en el cual se categoriza el cine, contando con elementos artísticos y literarios que lo posicionan en un primer lugar de una jerarquía que coloca a aquel otro medio audiovisual, masivo, popular, y de baja cultura, en segundo lugar.

Históricamente, el espectador televisivo se ha visto como vago, adormecido por las rápidas imágenes que conllevan al *zapping*, fenómeno que ocurre con la multiplicación de la programación en donde el espectador cambia de canal con frecuencia, recibiendo una abundancia de contenidos en pocos segundos casi en simultáneo. La delimitación entre el espectador cinematográfico y el televisivo es

creado, en su mayoría, por la propia industria y sus regulaciones. La política de ofrecer programas LOP se contradice con la profundización narrativa del contenido de la actualidad, y la búsqueda reflexiva por parte del televidente.

El vacío audiovisual producido por la televisión en sus primeros cincuenta años se refleja en los televidentes de la pequeña pantalla. Los estudios académicos sobre la cinematografía, así como su reconocimiento y legitimización como una forma de arte y emblema cultural con identidad nacional, privilegiando al director como autor, y, por ende, creando un nexo con el autor literario cuyo prestigio se hace evidenciar a lo largo de sus obras, hace del cine moderno, a partir de la década de los sesenta, un modelo de expresión, cuya comercialización se basa en cómo se dirige a un segmento de espectadores en donde se cubra sus necesidades de forma particular. Es decir, mientras los grandes *blockbusters*, identificados como franquicias cuya explotación a partir de productos auxiliares es un factor determinante en su éxito y posicionamiento cultural, apelan a cierto público de forma masiva, los altos presupuestos y el factor espectáculo le atribuyen un nivel de complejidad que el televisor no podría manifestar hasta la llegada del cable.

En contraste, el personaje cinematográfico contemporáneo es un estereotipo deformado, cuya construcción ética, moral y psicológica se encuentra en un estado de fragilidad que permite al espectador identificarse con su personalidad mientras deja lugar al desarrollo de sus falencias. Estas falencias son obstáculos a lo largo del relato, debido al enfoque sobre conflicto interno dominado por películas de alto concepto. El espectador cinematográfico tiene otros ámbitos que el televisivo, empezando por el contexto en el cual se exhibe la obra, la sala de cine. La oscuridad de la sala de cine, así como el sonido estéreo que envuelve el lugar, genera un punto único de concentración: la pantalla. Esta concentración sobre el punto más lumínico, grande y enmarcado, es absoluta, generando una sumersión temporal,

determinada por la duración del filme, del espectador hacia los eventos que se simulan en pantalla.

Asimismo, los ámbitos del televidente dan forma a las costumbres televisivas, como la temporada de lanzamiento de nuevos programas, su comunicación publicitaria a lo largo del año, interacciones a través de concursos y participación en redes sociales, y la retroalimentación instantánea en cuanto a la recepción del programa a través de las posibilidades que brindan los avances tecnológicos. Como resultado, el espectador televisivo se convierte en *fan*. El fanatismo define los desarrollos narrativos de la serie, así como la interacción amorosa entre protagonistas, las relaciones forjadas durante un determinado tiempo y la forma en que los obstáculos y puntos de giro afectan a los héroes principales.

La popularidad de un programa excede las mediciones de los *Nielsen ratings*, el ente que se dedica a la medición de audiencias en diferentes medios, en donde esfuerzos por parte de los fans han resultado en exitosas resurrecciones de series canceladas o a punto de extinción.

5.3.1. El espectador culto

El cambio del espectador televisivo ocurre anteriormente a la consolidación del MRC, con aquellas series de culto, principalmente de ciencia ficción, desarrolladas a fines de los noventa. *Buffy, the Vampire Slayer*, por ejemplo, se convierte en fenómeno cultural, tal como la saga de *Star Wars* (Lucas, 1977) habría logrado en los setenta. El espectador televisivo crea un poderoso y complejo vínculo con los protagonistas, y los actores que los interpretan. La longevidad que ofrece una serie de televisión permite al espectador sentir emociones constantemente, semana tras semana, temporada tras temporada.

Existe una atracción magnética relacionada a la considerada televisión, o cine, de culto, un derivado del fanatismo que coloca énfasis en el nivel de inmersión que

posee el espectador sobre los textos fílmicos que se manifiestan en pantalla. Así como el mecanismo de identificación se fórmula en obras audiovisuales clásicas, a través de la psicología plana y apariencia estereotipada de los protagonistas, el espectador culto encuentra diferentes puntos de interacción con las mismas, posibilitando la evidencia de aspectos referenciales dentro de los parámetros discursivos de estas. Si bien no existe una definición concreta, se delimitan ciertos aspectos, tanto desde la realización de una obra audiovisual como en su modo de recepción, para enmarcar el fenómeno.

Originalmente relacionado con lo opuesto al *mainstream*, o productos culturales masivos y populares, Stay Abbot (2010) describe al fan de televisión culto como un individuo socialmente inadaptado e incapaz de distinguir la fantasía del mundo real. La clasificación nace con aquellas películas de clase B de géneros de ciencia ficción, fantasía y terror, cuyo fracaso comercial le resulta atractivo al espectador que se identifica con filmes considerados fuera de las convenciones de Hollywood, distanciado de lo popular y comercial. El concepto rápidamente se traslada a la pantalla televisiva, en donde los elevados costos de producción de series de dichos géneros, como su limitado público considerado *geek* y marginado, detenían la prosperidad de la misma. El fan culto es a quien que se encuentra completamente devotado al seguimiento de un programa televisivo, interesado por los procesos de producción que hacen al producto así como el simbolismo dentro del contenido.

La ciencia ficción es el género culto por antonomasia debido a su habilidad para tratar temas sociales de la actualidad encubiertos en mundos fantásticos y surreales, utilizando su narrativa para justificar acciones normalmente sancionadas por el mismo canal emisor. En este tipo de series, la importancia de la narrativa resta en el significado, no en cómo se manifiesta. Generalmente, este tipo de televisión es la que más refleja la realidad. Asimismo, se produce placer en el espectador debido a la lectura más profunda que se realiza en

este tipo de obras a causa de los símbolos codificados, diseñadas para una audiencia más atenta y reflexiva sobre aquellos temas. Se presenta un factor textual en exceso y abundancia. (Wilcox, 2010).

Asimismo, la experimentación es un factor clave para el espectador culto. Jugando con las reglas del género de diferentes formas, el público es más flexible en cuanto a las narrativas y acciones representadas, a diferencia de las soap opera o dramas con situaciones realistas. Esta ruptura en cuanto a la fórmula caracteriza al MRC y presenta las innovaciones que hacen a la televisión de culto, obtenidas a partir de la experimentación con las convenciones narrativas, estilísticas y genéricas de la televisión de anteaer.

Las series de la actualidad presentan los factores mencionados y los mezclan con las características posmodernas del MRC, siendo estas auto referenciales y auto críticas. El propio reconocimiento de los factores cultos de una serie apelan a este tipo de espectador mientras posicionan a la obra en un nivel más alto en relación al resto, debido a su asociación con la cultura y las formas de expresión de esta. La televisión de autor, mencionados en capítulos anteriores, es clave para despertar interés en un estilo visual, punto de vista, convirtiéndose en una figura reconocida propia, independientemente de la obra televisiva.

El nivel de inmersión que posee el espectador culto puede alterar por completo la percepción e interpretación de un programa televisivo así como el éxito y definir su longevidad. Los fans mismos son parte de la historia, interactúan con ella y hasta la rescriben a través de *fan fiction*, utilizando aspectos de interés de la serie para crear su propia interpretación de los hechos. Una práctica común entre ellos la creación de material audiovisual que cambia el mensaje o la intencionalidad de determinadas escenas a partir de la re-edición de partes de la serie original que son accesibles vía internet.

Según Janet Halfyard (2010) la televisión de culto no confirma los valores culturales existentes, sino que los desafía y, en el proceso, los refleja y reformula, generando un cambio constante en el paisaje televisivo. El seguimiento leal de este tipo de videntes hacia una obra específica ha aportado al replanteamiento, por parte de los creadores y canales de TV, sobre el contenido y la reflexión de las necesidades del espectador para satisfacerlo. Obras masivas se tornan cultas al tener cualidades mencionadas desde los aspectos formales hasta las temáticas y los significados. Asimismo, los mismos fans cultos de TV promueven e impulsan la industria televisiva, generando nuevas series que hibridan estilos visuales, géneros, estructuras narrativas y mitologías complejizadas.

5.4. La construcción de la realidad

Cada obra de arte, ya sea audiovisual, pictórica, gráfica, o hasta un video juego, plasma una realidad en su determinado formato. Es importante destacar como se construye la realidad en el cine y en la televisión, ya que generan dos tendencias que distinguen a los medios. Aumont sostiene que existe dos tipos del realismo. Por un lado, el realismo de los materiales de expresión, a través de las imágenes y sonidos, contrapuesto con el realismo de los temas de los textos filmicos. Esta diferenciación conduce a puntos de vista críticos diferentes sobre las distintas obras, y es un componente en el cual históricamente ha tenido una influencia importante en la categorización del cine como arte y, en la actualidad, un elemento cualitativo en la construcción del discurso televisivo. Asimismo, se refuerza la teoría que “el realismo de los materiales de la expresión cinematográfica es el resultado de un gran número de convenciones y reglas, que varían según las épocas y las culturas” (Aumont, 2008, p. 135).

En principio, el cine se ha mantenido como medio superior debido al nivel de realismo que plantea en sus relatos. Los detalles expuestos en la gran pantalla,

creando verosimilitud completa en donde se respetan todos los códigos que implican su diégesis contenedora, le atribuyen un nivel intelectual, casi literario, al cine. Cuando series de televisión logran un nivel de realismo, contando con detalladas situaciones que apuntan a la cotidianidad real del contexto social, como son las noticias basadas en casos reales de *The Newsroom*, son críticamente aclamadas. Esto sucede debido a la narrativa cinematográfica ya establecida, en donde la televisión únicamente puede ser considerada buena, y de calidad, al lograr un nivel narrativo que se acerca al cinematográfico.

Debido a las fuertes censuras de la FCC, así como las políticas de los networks en cuanto a exposición, limitan a la televisión norteamericana en qué se puede ver, en qué horario, y por quién. La habilidad del cine, al ser regulado por otra asociación, en reproducir escenas de sexo, violencia, abuso físico explícito y temáticas controversiales, genera un reconocimiento realista. El realismo se considera, en primer lugar, como un reflejo de la realidad misma que, a su vez, es una construcción social, dependiendo del contexto social e histórico en el cual se vive. Un filme se considera realista desde diferentes puntos de vista, sean cómo se emplean los aspectos formales y las técnicas del lenguaje audiovisual, elementos narrativos que apuntan a historias reales o son basadas en ellas, personajes con psicologías profundizadas, contradictorias, consistentes y coherentes, así como situaciones naturales en cuanto a locaciones de filmación o la utilización de efectos generados por computador.

Las novelas de televisión en su período clásico contaba con estereotipos e historias que giraban en torno a temáticas clásicas, como el amor, la traición, la tragedia y la muerte, en donde se hablaba de lugares, situaciones, o personas, pero no se mostraban. Esto se debe a limitaciones presupuestarias, así como la necesidad de reciclar fondos y decorados de obras previas. La llegada del cable a los Estados Unidos, y la ausencia de la censura por cadenas como HBO, Showtime,

FX y A&E, generan la posibilidad de mostrar, exponer, denunciar y representar los elementos considerados reales en obras cinematográficas, sustancialmente el sexo y la violencia.

Por otro lado, el discurso televisivo siempre ha tenido limitaciones temporales debido a su serialización, teniendo que contar historias en una duración menor a la posible en el cine. La necesidad de contar una historia en cuarenta y un minutos, o una hora en el caso de series de cable, generan una tendencia al uso de elipsis. Realizar elipsis consiste en acortar acciones para hacer avanzar la narrativa, colocando a los personajes principales en escenas claves necesarias para avanzar el relato. La distribución de la información, por ende, es más acelerada, contando con un flujo más exigente que rompe con la realidad exacta que se quiere transmitir.

En el MRC, el uso de elipsis se intenta emplear de forma transparente. La construcción de escenas reales se apoyan sobre la misma construcción de los personajes, en donde una mirada, silencio, o gesto, habla de la situación, del contexto, y de las cuestiones personales del protagonista y sus intenciones. El realismo y la verosimilitud se deben reconocer como fenómenos separados. Se puede tener una historia verosímil, debido a los códigos instaurados por la misma narrativa, empleando una estética realista, que simule hechos de la vida real sin necesariamente reflejarlos.

A través de la cámara en mano, por ejemplo, se puede hacer un acercamiento que no evidencie el uso del dispositivo de tal forma que plantee un punto de vista objetivo. La realidad es una construcción subjetiva, por lo que los diferentes puntos de vista plasmados en una obra ayudan a recrear una realidad que, por más que sea un artificio televisivo, transmita aquella sensación.

En la actualidad, ambos medios son considerados realistas, pero la percepción subjetiva es el elemento determinante en el factor calidad. Las series que tratan temas sociales contemporáneos apuntan a la realidad, contrapuestas con

aquellas que la exceden para generar otro tipo de sensaciones. Series que tratan temas sociales utilizan material de archivo real y lo insertan de forma transparente, distanciándose del uso de material genérico creado únicamente por necesidades narrativas. Es decir, *The Newsroom* expone hechos verídicos, contando con testimonios de políticos, por ejemplo, que se han emitido en la vida real, a través de noticieros como *CNN*. Los personajes de la serie interactúan con estos *inserts*, cuya función es de legitimar los hechos manifestados en la pantalla para acercarse a la realidad, para luego ofrecer una reflexión propia, relacionada a un punto de vista autoral del Showrunner, que genera una reflexión por parte del espectador tanto sobre los hechos ocurridos en la serie como los reales que afectaron a los espectadores.

La denominación de los sucesos televisivos, o cinematográficos, como reales, debe tomarse como un término distanciado e irónico, ya que no deja de ser una simulación de lo que aparenta ser. La realidad y la realidad televisual están basados en la distinción entre lo ilusivo y lo auténtico. Sin embargo, Tichi (1991) sostiene que la asociación de la imitación de lo real y la simulación de la vida cotidiana no son válidos para la edad contemporánea, ya que los valores se invierten. Si en décadas anteriores se intentaba reflejar la realidad por completo o por lo menos un acercamiento a partir de la reconstrucción de la misma, en la actualidad se crea un hiperreal, al cual se aspira ser parte de. El hecho de evidenciar un evento histórico, o de cualquier otra especie, por televisión crea una legitimidad que lo eleva a un nivel representativo y lo condiciona, al plantear un punto de vista subjetivo sobre aquel hecho.

Como consecuencia, los hechos no televisados automáticamente cobran menos importancia. La decisión por parte del realizador o, en una instancia de hechos históricos o relevantes, como es el noticiero, en decidir que se representa simultáneamente condiciona a lo que no se manifestará. El hiperreal mencionado

anteriormente se utiliza en la televisión hace décadas debido a su impacto cultural y grado de iconicidad. Mientras el cine recrea situaciones de la realidad, la televisión crea sus propias, en donde el televidente se siente parte de aquella simulación. El espectador siente que partes de su cotidianidad se asimilan a las que ha visto en una serie de televisión, validando estas acciones que nacen de una simulación propiamente televisiva. El vínculo es, por ende, aún mayor, así como su participación a lo largo del relato.

El hiperreal también se atribuye al uso de estrellas que el propio estudio recicla y reusa en diferentes series del mismo. La recreación del género masculino y femenino, así como su rol dramático y social dentro del relato condiciona al ideal de cada uno. El público desea ser esa figura plasmada en la pantalla, pero esa figura no pretende ser como la audiencia que la observa. Por otro lado, la simulación en la pantalla de la televisión reconfigura el significado de la figura que se reproduce.

Las diferentes instalaciones de figuras públicas conocidas, como presidentes representados en series, o los remakes sobre una obra preexistente, alteran la percepción de la misma al tratar un nuevo ideal de quienes interpretan a estos. En casos reales, cómo la recreación del director Alfred Hitchcock y la actriz Tippi Hedren en *The Girl* (Jarrold, 2012), un telefilme de HBO que trata la intensa relación entre ambos durante su tiempo trabajando juntos, se intercambia la persona falsa, la ilusiva, por la real. El Hitchcock del filme cobra vida como una versión de esta persona que coexiste con los conocimientos que se tiene de la emblemática figura del cine clásico.

Por último, en la actualidad, los escritores, quienes reflejan la cultura contemporánea, manifiestan las sensibilidades posmodernas mientras expresan crítica sobre ellas, deformando la realidad y reforzando el concepto de simulación de en pantalla. La percepción subjetiva que realiza el espectador en cuanto al método en que se construye el relato televisivo diferencia al realismo al que apuesta la obra

cinematográfica. La contradicción entre qué es la realidad, contrapuesta con cómo se debe representar, ha sido motivo de discusión desde las formas más arcaicas del arte, reconocido como una construcción social absolutamente subjetiva, tanto en su emisión como recepción, por lo que su incorporación dentro del fenómeno televisivo añade otro grado de dimensión al MRC y su estilización íntegra de la obra televisiva y todos sus componentes.

Conclusión

A lo largo de la historia, la televisión ha surgido como un icono cultural, artístico, expresivo, institucional y, sobre todo, como medio masivo de comunicación y de entretenimiento. Los diferentes aspectos didácticos que posee, contando con herramientas del lenguaje audiovisual y un alcance ilimitado de emisión a través de

diferentes plataformas de distribución lo posicionan como uno de los elementos más importantes de la cultura contemporánea. A través de avances narrativos, tecnológicos y regulatorios, la televisión se ha instaurado y legitimado como un importante medio de entretenimiento, en donde la influencia cinematográfica que se manifiesta en todo su potencial en la era contemporánea crea un medio que sobrepasa, paradójicamente, a sí mismo.

El gran baldío audiovisual de la década de 1930, enjuiciado como mediocre y vacío, así como la percepción negativa sobre sus espectadores hipnotizados por contenidos superficiales y poco provocativos, pasa a ser una forma artística de calidad a partir de la consolidación del modo de representación contemporáneo que plantea un avanzado y superior discurso televisivo, equiparándose con las mejores producciones cinematográficas en cuanto a niveles visuales, de exposición, de producción, narrativos, y de alcance de diferentes arquetipos de espectador, multiplicándose en cualquier tipo de pantalla.

El nuevo modelo de representación (MRC) cambia por completo el paradigma televisivo, afectando la forma en que se produce, exhibe, y percibe la televisión, creando una ruptura en la industria. La televisión actual se considera más rentable, desde un punto de vista comercial, debido a las débiles ventas de taquillas en las salas de cine de la actualidad. El aumento de calidad de las series de televisión ha generado un mercado completamente dedicado a ella, en donde la relación de cliente que se establece con las cadenas de cable, por ejemplo, obtienen una fe absoluta por parte del espectador, quien cómodamente acepta pagar un premium por un servicio que reconoce le brindará contenido de la mejor calidad, en una sociedad cada vez más guiada por el bienestar individual, de forma más flexible a través de las nuevas formas de visualización del material.

Asimismo, la reflexión realizada por los network para recuperar el mercado perdido genera un interés despertado por la rendición de la inversión en efectos

especiales, series de alto concepto y la hibridación de géneros como ruptura de lo tradicional, des-familiarizando el concepto asociado con la televisión de anteaer. Esta tendencia implica un crecimiento aún mayor y pleno en la producción televisiva, ya que el éxito comercial y crítico de determinadas series tiene un efecto directo sobre el resto de los canales, sean de cable o de aire, por lo que la evolución del discurso televisivo se encuentra en auge. El cine se halla en un momento delicado, intentando implementar innovaciones como el uso de la imagen estereoscópica, la denominada tecnología 3D, que ha obtenido una recepción negativa, creando un efecto de distanciamiento, en vez de integración, en donde le espectador siente cierto rechazo como resultado de la obstrucción que genera esta función en cuanto al contenido y el discurso cinematográfico.

El MRC es un elemento de alta influencia que atraviesa el mercado estadounidense. Tal como la BBC del Reino Unido ha creado exitosamente relatos que explotan las posibilidades de la televisión desde el contenido y el lenguaje audiovisual, la televisión norteamericana se posiciona como una productora de calidad televisiva mundial, cuya inserción en mercados extranjeros crea una fuerte influencia comercial y de calidad narrativa. La lealtad por parte del espectador extranjero hacia los programas americanos es tan fuerte como en el mercado local, debido a la promoción exhaustiva de estos y posibilidades interactivas a través de redes sociales, páginas del canal traducidas a diferentes idiomas, y la posibilidad de participar e integrarse en la cultura popular que se refleja en las mismas series; el espectador se siente parte de aquella audiencia a la que apunta el canal o la serie, atravesando fronteras en el camino. A su vez, el desfasaje entre tiempos de estrenos, continuación de temporadas, y promoción de nuevas series, es cada vez menor, creando un flujo emisor que se mantiene a nivel mundial, cuyos potenciales referenciales resultan influyentes en la producción local de material audiovisual, sea digital, cinematográfico o puramente televisivo.

La televisión pasa a ser cómplice del cine. Clasificarlos como competencia en la era de la convergencia de medios sería erróneo, ya que el paradigma actual da lugar a una coexistencia de ambos medios que trabajan en sinergia, ofreciendo un traspase de material compatible y enriquecedor. La televisión se convierte en una extensión del cine. Superando las relaciones hipertextuales que facilitan la existencia de continuaciones seriales a partir de obras fílmicas, el discurso televisivo permite, y acepta, el uso de toda obra cinematográfica a ser disertada, fragmentada y renovada.

La consolidación del MRC a principios de la última década transforma a una sociedad que vive a través de la pantalla, cuya experimentación narrativa obtiene una influencia directa en la percepción del contenido, creando una vía de retroalimentación continuo y constante. Las nuevas tendencias discursivas dan la posibilidad de basarse en un lenguaje articulado que destaca cada componente televisivo, alterando a la industria y las grandes cadenas de televisión. Las reflexiones generadas por las mismas son la fuerza motora de los cambios, y su aceptación de la reconfiguración, tomando al modelo de los canales de aire como punto de partida. Esta permite una nueva ola de contenido comprometido, detallado y desafiante, estableciendo a la ficción serial norteamericana como una de las más importantes del mundo, inyectándole nueva vida a un medio explotado por razones materiales y superficiales respecto a las temáticas sociales.

Retrospectivamente, la nueva generación de contenido íntegramente digital con los emergentes estudios de sitios de internet, especialmente Youtube y Netflix, tendrán una futura influencia en el modelo actual. Los flujos narrativos pautados por estos nuevos productores de contenido tienen el potencial para alterar el relato televisivo, siendo un concepto totalmente propio que excede al programa de televisión. El fácil acceso a los mismos y las crecientes tecnologías permitirán una inversión fácilmente recuperables.

La nueva industria de contenidos multimedia tiene la posibilidad de atraer una nueva ola de realizadores, de verdaderos autores que vean a estos como un lugar para crecer y experimentar. Las sensibilidades que pueden atribuirse a cada obra por parte de un realizador son clave para el futuro del discurso televisivo, reivindicando el estilo, la estética, y la búsqueda de la problemática social incrustada en todo el hecho de hacer arte y las formas culturales.

Por otro lado, el espectador contemporáneo se encuentra íntegramente digitalizado, en donde la multiplicación del contenido televisivo a través de diferentes pantallas elimina por completo la noción de televisión como objeto. Un nuevo ecosistema televisivo emerge a partir de la posibilidad multimedia que posee, alterando la forma de ver televisión por completo. Los potenciales comerciales favorecen tanto a la industria como al televidente al tener la posibilidad de producir contenidos televisivos apuntados a nichos específicos con diferentes niveles de producción que utilicen ciertos aspectos del MRC y continúen su innovación.

La creación de una identidad por parte de los canales crea un lazo emotivo con el televidente que el cine no puede replicar en profundidad. A través del contenido, las temáticas sociales pueden manifestarse con mayor precisión y detalle, especialmente a partir de propuestas ambiciosas como el surgimiento del género fantástico, siendo este el que con mayor exactitud refleja la realidad y la sociedad que la construye. La experimentación con la combinación de géneros, por otro lado, crea un espectador más flexible en cuanto al nivel de realismo en la diégesis, construyendo un verosímil propio y original.

El MRC es un discurso en crecimiento, con potencial a evolucionar aún más con las series de próximas temporadas. El alto grado de competencia por la porción de un mercado progresivo genera la construcción de series con características cualitativas y distintivas, en donde las propuestas se vuelven más complejas y presentan estilos visuales originales y arriesgados. El número de personas

subscriptos a la televisión por cable también ha crecido significativamente en la última década a nivel mundial, por lo que la aceptación por televisión de calidad paga por parte del televidente es una gran oportunidad para la industria.

Como consecuencia, el modo de producción dista de ser estático. Es tanto un producto cultural cambiante y un factor de necesidades económicas que afectan cómo se usa y recibe la televisión. Lejos de ser una infraestructura en blanca, la TV es un producto manufacturado. La forma que toman sus contenidos, así como las realidades que refleja varían con los contextos socio-culturales y económicos cambiantes. La adaptación de la manufactura creada por complejas operaciones sistemáticas y simbólicas se realizará en torno a los mercados digitales emergentes y el surgimiento de nuevos formatos del cual pueda abarcar y favorecerse.

La aproximación de la televisión a la obra cinematográfica es un valor que se mantendrá en constante cuestión, así como su posición, y percepción, como forma de arte. Inevitablemente, el MRC es un mero unificador de códigos, aspectos formales y significados que se manifiesta transversalmente por diferentes tipos de programas televisivos. Sin embargo, cada obra televisiva debe considerarse una propia entidad. La posibilidad de fragmentar a la serie en su totalidad, por temporada o episodio, genera una crítica inexhausta por descifrar símbolos y significados, ejes temáticos o marcas autorales más profundas, allanando el camino para la creación de futuros contenidos originales y referenciales.

Referencias Bibliográficas

- Abbot, S. (Ed.). (2010). *The cult tv book*. Nueva York: Soft Skull Press.
- Abrams, J. (Productor). (2001). *Alias* [serie de televisión]. Burbank: ABC Studios.
- Abrams, J. y Reeves, M. (Productor). (1998). *Felicity* [serie de televisión]. Burbank: Warner Bros Entertainment, Inc.
- Anderson, P. W. S. (Director). (2002). *Resident Evil* [DVD]. Frankfurt: Constantin Film.
- Aumont, J. (2008). *Estética del cine. Espacio fílmico, montaje, narración, lenguaje*. (ed. rev.) Buenos Aires: Paidós.
- Bataille, R. (1947). *Grammaire cinégraphique*. Paris: Taffin Lefort. Citado en Aumont, J. (2008). *Estética del cine. Espacio fílmico, montaje, narración, lenguaje*. (ed. rev.) Buenos Aires: Paidós.
- Berlanti, G. (Productor). (2002). *Everwood* [serie de televisión]. Burbank: Warner Bros Entertainment, Inc.
- Bignell, J. (2007). *Seeing and knowing: reflexivity and quality*. Nueva York: I. B. Tauris Citado en McCabe, J., y Akass, K. (2007). *Quality tv. Contemporary American television and beyond*. Nueva York: I. B. Tauris.
- Burge, C. (1998). *Charmed* [serie de television]. Burbank: Warner Bros Entertainment, Inc.
- Caldwell, J. (1995). *Televisuality: style, crisis, and authority in American television*. Nueva Jersey: Rutgers University Press.
- Cardwell, S. (2007). *Is quality televisión any good? Generic distinctions, evaluations and the troubling matter of critical judgement*. Nueva York: I. B. Tauris. Citado en McCabe, J., y Akass, K. (2007). *Quality tv. Contemporary American television and beyond*. Nueva York: I. B. Tauris.
- Carter, C. (Productor). (1993). *The X-files* [serie de television]. California: 20th Century Fox.
- Cascajosa Virino, C. (2009) Secuencias: revista de historia del cine. *La nueva edad dorada de la televisión norteamericana*, 29, 7-31. Recuperado de <http://goo.gl/CSjWa>.
- Cascajosa Virino, C. (2006a, junio). Revista Zer. *No es televisión, es HBO: La búsqueda de la diferencia como indicador de calidad en los dramas del canal HBO*, 21, 23-33. Disponible en: <http://www.ehu.es/zer/hemeroteca/pdfs/zer21-02-cascajosa.pdf>
- Cascajosa Virino, C. (2006b, febrero). Revista Latina de Comunicación Social. *El espejo deformado: Una propuesta de análisis del reciclaje en la ficción audiovisual norteamericana*, 61, 1-17. Recuperado de: <http://redalyc.uaemex.mx/src/inicio/ArtPdfRed.jsp?iCve=81996105>
- Casetti, F., y di Chio, F. (1991). *Cómo analizar un film*. Barcelona: Paidós.
- Cuse, C. (Productor). (2013). *Bates Motel* [serie de televisión] Nueva York: A&E Televisión Networks.
- Del Teso, P. (2011). *Desarrollo de proyectos audiovisuales: su organización por metodología DPA*. Buenos Aires: Nuboko.
- Dunne, P. (2007) *Inside American television drama: quality is not what is produced but what it produces*. Nueva York: I. B. Tauris. Citado en McCabe, J., y Akass, K.

- (2007) *Quality tv. Contemporary American television and beyond*. Nueva York: I. B. Tauris.
- Epstein, M., Reeves, J., y Rogers, M. (2007). *Quality control: The Daily Show, the Peabody and Brand discipline*. Nueva York: I. B. Tauris. Citado en McCabe, J., y Akass, K. (2007). *Quality tv. Contemporary American television and beyond*. Nueva York: I. B. Tauris.
- Gordon, H., Gansa A., y Raff G. (Productor). (2011). *Homeland* [serie de televisión]. Los Angeles: Showtime.
- Gough, A., y Miller, M. (Productor). (2001). *Smallville* [serie de televisión]. Burbank: Warner Bros. Entertainment, Inc.
- Halfyard, J. (2010). *Boldly going: music and cult TV*. Nueva York: Soft Skull Press. Citado en Abbot, S. (Ed.). (2010). *The cult tv book*. Nueva York: Soft Skull Press.
- Hampton, B. (Productor). (1996). *7th Heaven* [serie de televisión]. Burbank: Warner Bros Entertainment, Inc.
- Harmon, D. (Productor). (2009). *Community* [serie de television]. Nueva York: NBC.
- Hibberd, J. (2012). *Game Of Thrones: how producers pulled off Blackwater* [artículo en línea] Recuperado de: <http://insidetv.ew.com/2012/05/27/game-of-thronesblackwater-2/>
- Hitchcock, A. (Director). (1960). *Psycho* [DVD]. Hollywood: Paramount Pictures Coporation.
- Huston, J. (Director). (1941). *El halcon maltés* [DVD]. Burbank: Warner Bros. Entertainment, Inc.
- Jarrold, J. (Director). (2012). *The Girl* [telefilme]. Nueva York: HBO.
- Killen, K. (Productor). (2012). *Awake* [serie de televisión]. California: 20th Century Fox Television.
- Kripke, E. (Productor). (2005). *Supernatural* [serie de television]. Burbank: Warner Bros. Entertainment, Inc.
- Konigsberg, I. (2004). *Diccionario técnico akal de cine*. Madrid: Ediciones Akal.
- Lawrence, B., y Beigel, K. (Productor). (2009). *Cougar Town* [Serie de television]. Burbank: ABC Studios.
- Lucas, G. (Director). (1977). *Star Wars* [film]. California: 20th Century Fox.
- Patel, N. (2012). *New Yorker TV critic Emily Nussbaum: social watching just sounds like wishful thinking* [artículo en línea] Recuperado de: <http://www.theverge.com/2012/11/16/3649592/emily-nussbaum-new-yorker-interview-future-of-tv/in/3404219>
- Richards, D. (2010). *Cult TV and new media*. Nueva York: Soft Skull Press. Citado en Abbot, S. (Ed.). (2010). *The cult tv book*. Nueva York: Soft Skull Press.
- Saldana, C. (Director). (2011). *Rio* [DVD]. California: 20th Century Fox.
- Sarnoff, E., Lillien, S., y Wybrandt, B. (Productor). (2012). *Alcatraz* [Serie de television]. Burbank: Warner Bros. Entertainment, Inc.
- Schwahn, M. (Productor). (2003). *One Tree Hill* [serie de televisión]. Burbank: Warner Bros. Entertainment, Inc.
- Sherman-Palladino, A. (Productor). (2000). *Gilmore Girls* [serie de televisión]. Burbank: Warner Bros Entertainment, Inc.
- Silverstein, C. (Productor). (2010). *Nikita* [serie de televisión]. Burbank: Warner Bros. Entertainment, Inc.
- Sorkin, A. (Productor). (1999). *The West Wing* [serie de television]. Nueva York:

- NBC.
- Sorkin, A. (Productor). (2012). *The Newsroom* [serie de televisión]. Nueva York: HBO.
- Star, D. (Productor). (1990). *Beverly Hills, 90210* [serie de television] Nueva York: CBS Television Studios.
- Star, D. (Productor). (1992). *Melrose Place* [serie de television]. Nueva York: CBS Television Studios.
- Surnow, J. (Productor). (1997). *La Femme Nikita* [serie de television]. Burbank: Warner Bros. Entertainment, Inc.
- Thomas, R. (Productor). (2004). *Veronica Mars* [serie de televisión]. Burbank: Warner Bros. Entertainment, Inc.
- Thompson, R. (1996). Television's *Second Golden Age: from 'Hill Street Blues' to 'ER'*. Nueva York: Continuum.
- Tichi, C. (1991). *Electronic Hearth. Creating an American television culture*. Nueva York: Oxford University Press inc.
- Weiss D.B., y Benioff D. (Productor). (2011). *Game of Thrones* [serie de televisión]. Nueva York: HBO.
- Whedon, J. (Productor). (1997). *Buffy: the vampire slayer* [serie de television]. Burbank: Warner Bros Entertainment, Inc.
- Whedon, J. (Productor). (2009). *Dollhouse* [serie de television]. California: 20th Century Fox.
- Whedon, J. (Productor). (2009). *Firefly* [serie de television]. California: 20th Century Fox.
- Wilcox, R. (2010). *The Aesthetics of cult television*. Nueva York: Soft Skull Press. Citado en Abbot, S. (Ed.). (2010). *The cult tv book*. Nueva York: Soft Skull Press.
- Williamson, K. (Productor). (1998). *Dawson's Creek* [serie de televisión]. Burbank: Warner Bros Entertainment, Inc.
- Winter, T. (Productor). (2010). *Boardwalk Empire* [serie de television]. Nueva York: HBO.

Bibliografía

- Abbot, S. (Ed.) (2010). *The cult tv book*. Nueva York: Soft Skull Press.
- Abrams, J. (Productor). (2001). *Alias* [serie de televisión]. Burbank: ABC Studios.
- Abrams, J. y Reeves, M. (Productor). (1998). *Felicity* [serie de televisión]. Burbank: Warner Bros Entertainment, Inc.
- Anderson, P. W. S. (Director). (2002). *Resident Evil* [DVD]. Frankfurt: Constantin Film.
- Aumont, J. (2008). *Estética del cine. Espacio fílmico, montaje, narración, lenguaje*. (ed. rev.) Buenos Aires: Paidós.
- Baker F., y Dessart, G. (1998). *Down the tube. An inside account of the failure of american television*. Nueva York: Perseus Books Group.
- Bataille, R. (1947). *Grammaire cinégraphique*. Paris: Taffin Lefort. Citado en Aumont, J. (2008). *Estética del cine. Espacio fílmico, montaje, narración, lenguaje*. (ed. rev.) Buenos Aires: Paidós.
- Berlanti, G. (Productor). (2002). *Everwood* [serie de televisión]. Burbank: Warner Bros Entertainment, Inc.
- Bignell, J. (2007). *Seeing and knowing: reflexivity and quality*. Nueva York: I. B. Tauris. Citado en McCabe, J., y Akass, K. (2007). *Quality tv. Contemporary American television and beyond*. Nueva York: I. B. Tauris.
- Bordwell, D., y Thompson, K. (1994). *Film History: An Introduction*. Nueva York: McGraw-Hill.
- Burch, N. (1991). *El tragaluz del infinito*. Ediciones Cátedra, S.A.
- Burge, C. (1998). *Charmed* [serie de television]. Burbank: Warner Bros Entertainment, Inc.
- Caldwell, J. (1995). *Televisuality: style, crisis, and authority in American television*. Nueva Jersey: Rutgers University Press.
- Cardwell, S. (2007). *Is quality televisión any good? Generic distinctions, evaluations and the troubling matter of critical judgement*. Nueva York: I. B. Tauris. Citado en McCabe, J., y Akass, K. (2007). *Quality tv. Contemporary American television and beyond*. Nueva York: I. B. Tauris.
- Carter, C. (Productor). (1993). *The X-files* [serie de television]. California: 20th Century Fox.
- Cascajosa Virino, C. (2010). *Miedos y sueños en Sunnydale: una aproximación a Joss Whedon como autor televisivo en Buffy, Cazavampiros*. [artículo en línea] Recuperado de: <http://webs.ono.com/garozza/G6-Cascajosa.pdf>
- Cascajosa Virino, C. (2009). Secuencias: revista de historia del cine. *La nueva edad dorada de la televisión norteamericana*, 29, 7-31. Recuperado de: <http://goo.gl/CSjWa>.
- Cascajosa Virino, C. (2006a, junio). Revista Zer. *No es televisión, es HBO: La búsqueda de la diferencia como indicador de calidad en los dramas del canal HBO*, 21, 23-33. Disponible en: <http://www.ehu.es/zer/hemeroteca/pdfs/zer21-02-cascajosa.pdf>
- Cascajosa Virino, C. (2006b, febrero). Revista Latina de Comunicación Social. *El espejo deformado: Una propuesta de análisis del reciclaje en la ficción audiovisual norteamericana*, 61, 1-17. Recuperado de:

- <http://redalyc.uaemex.mx/src/inicio/ArtPdfRed.jsp?iCve=81996105>
- Cascajosa Virino, C. (2005). Ámbitos. *La televisión llega a Hollywood: una aproximación a los dramáticos llevados al cine*, 13, 91-108. Recuperado de: <http://redalyc.uaemex.mx/src/inicio/ArtPdfRed.jsp?iCve=16801406>
- Casetti, F., y di Chio, F. (1999). *Análisis de la Televisión: instrumentos, métodos y prácticas de investigación*. Barcelona: Paidós.
- Casetti, F., y di Chio, F. (1991). *Cómo analizar un film*. Barcelona: Paidós.
- Cuse, C. (Productor). (2013). *Bates Motel* [serie de televisión] Nueva York: A&E TelevisiónNetworks
- Del Teso, P. (2011). *Desarrollo de proyectos audiovisuales: su organización por metodología DPA*. Buenos Aires: Nuboko.
- Dunne, P. (2007). *Inside American television drama: quality is not what is produced but what it produces*. Nueva York: I. B. Tauris. Citado en McCabe, J., y Akass, K. (2007). *Quality tv. Contemporary American television and beyond*. Nueva York: I. B. Tauris.
- Epstein, M., Reeves, J., y Rogers, M. (2007). *Quality control: The Daily Show, the Peabody and Brand discipline*. Nueva York: I. B. Tauris. Citado en McCabe, J., y Akass, K. (2007). *Quality tv. Contemporary American television and beyond*. Nueva York: I. B. Tauris.
- Gordon, H., Gansa A., y Raff G. (Productor). (2011). *Homeland* [serie de televisión]. Los Angeles: Showtime.
- Gough, A., y Miller, M. (Productor). (2001). *Smallville* [serie de televisión]. Burbank: Warner Bros. Entertainment, Inc.
- Greenwald, A. (2011) *The HBO Recycling program*. [Revista de internet] Recuperado de: http://www.grantland.com/story/_/id/6635619/the-hbo-recycling-program
- Halfyard, J. (2010). *Boldly going: music and cult TV*. Nueva York: Soft Skull Press. Citado en Abbot, S. (Ed.). (2010). *The cult tv book*. Nueva York: Soft Skull Press.
- Hampton, B. (Productor). (1996). *7th Heaven* [serie de televisión]. Burbank: Warner Bros Entertainment, Inc.
- Harmon, D. (Productor). (2009). *Community* [serie de televisión]. Nueva York: NBC.
- Hibberd, J. (2012). *Game Of Thrones: how producers pulled off Blackwater* [artículo en línea] Recuperado de: <http://insidetv.ew.com/2012/05/27/game-of-thrones-blackwater2/>
- Hitchcock, A. (Director). (1960). *Psycho* [DVD]. Hollywood: Paramount Pictures Coporation.
- Huston, J. (Director). (1941). *El halcon maltés* [DVD]. Burbank: Warner Bros. Entertainment, Inc.
- Jarrold, J. (Director). (2012). *The Girl* [telefilme]. Nueva York: HBO.
- Killen, K. (Productor). (2012). *Awake* [serie de televisión]. California: 20th Century Fox Television.
- Kripke, E. (Productor). (2005). *Supernatural* [serie de televisión]. Burbank: Warner Bros. Entertainment, Inc.
- Konigsberg, I. (2004). *Diccionario técnico akal de cine*. Madrid: Ediciones Akal.
- Lang, B. (2012). Why television is trouncing film at major media companies. [Revista en línea] Recuperado de: <http://www.thewrap.com/media/article/why-television-trouncing-film-major-media-companies-42751?page=0,1>
- Lawrence, B., y Beigel, K. (Productor). (2009). *Cougar Town* [Serie de television].

- Burbank: ABC Studios.
- Longworth, J. (2000). *Tv creators. Conversations with America's top producers of television drama*. Nueva York: Syracuse.
- Lucas, G. (Director). (1977). *Star Wars* [film]. California: 20th Century Fox.
- McCabe, J., y Akass, K. (2007). *Quality tv. Contemporary American television and beyond*. Nueva York: I. B. Tauris.
- Newcomb, H. (2007). *Television. The critical view* (7^a ed). Nueva York: Oxford University Press, Inc.
- Patel, N. (2012). *New Yorker TV critic Emily Nussbaum: social watching just sounds like wishful thinking* [artículo en línea] Recuperado de:
<http://www.theverge.com/2012/11/16/3649592/emily-nussbaum-new-yorker-interview-future-of-tv/in/3404219>
- Richards, D. (2010). *Cult TV and new media*. Nueva York: Soft Skull Press. Citado en Abbot, S. (Ed.). (2010). *The cult tv book*. Nueva York: Soft Skull Press.
- Saldana, C. (Director). (2011). *Rio* [DVD]. California: 20th Century Fox.
- Sarnoff, E., Lillien, S., y Wybrandt, B. (Productor). (2012). *Alcatraz* [Serie de televisión]. Burbank: Warner Bros. Entertainment, Inc.
- Schwahn, M. (Productor). (2003). *One Tree Hill* [serie de televisión]. Burbank: Warner Bros. Entertainment, Inc.
- Sherman-Palladino, A. (Productor). (2000). *Gilmore Girls* [serie de televisión]. Burbank: Warner Bros Entertainment, Inc.
- Silverstein, C. (Productor). (2010). *Nikita* [serie de televisión]. Burbank: Warner Bros. Entertainment, Inc.
- Sorkin, A. (Productor). (1999). *The West Wing* [serie de television]. Nueva York: NBC.
- Sorkin, A. (Productor). (2012). *The Newsroom* [serie de televisión]. Nueva York: HBO.
- Star, D. (Productor). (1990). *Beverly Hills, 90210* [serie de television] Nueva York: CBS Television Studios.
- Star, D. (Productor). (1992). *Melrose Place* [serie de television]. Nueva York: CBS Television Studios.
- Surnow, J. (Productor). (1997). *La Femme Nikita* [serie de television]. Burbank: Warner Bros. Entertainment, Inc.
- Thomas, R. (Productor). (2004). *Veronica Mars* [serie de televisión]. Burbank: Warner Bros. Entertainment, Inc.
- Thompson, R. (1996). *Television's Second Golden Age: from 'Hill Street Blues' to 'ER'*. Nueva York: Continuum.
- Tichi, C. (1991). *Electronic Hearth. Creating an American television culture*. Nueva York: Oxford University Press inc.
- Weiss D.B., y Benioff D. (Productor). (2011). *Game of Thrones* [serie de televisión]. Nueva York: HBO.
- Whedon, J. (Productor). (1997). *Buffy: the vampire slayer* [serie de televisión]. Burbank: Warner Bros Entertainment, Inc.
- Whedon, J. (Productor). (2009). *Dollhouse* [serie de television]. California: 20th Century Fox.
- Whedon, J. (Productor). (2009). *Firefly* [serie de television]. California: 20th Century Fox.
- Wilcox, R. (2010) *The Aesthetics of cult television*. Nueva York: Soft Skull Press.

Citado en Abbot, S. (Ed.). (2010) *The cult tv book*. Nueva York: Soft Skull Press.
Williamson, K. (Productor). (1998). *Dawson's Creek* [serie de televisión]. Burbank:
Warner Bros Entertainment, Inc.
Winter, T. (Productor). (2010). *Boardwalk Empire* [serie de television]. Nueva York:
HBO.