
OpenCourseWare

Estudios Televisivos

Asier Gil Vázquez

Lucía Rodríguez García de Herreros

Roberto Huertas Gutiérrez

Gabriel Doménech González

Tecnología y televisión



Estudiar la televisión no es solo estudiar los programas y los públicos. Ante todo, la televisión es tecnología. Esto es un punto de partida que Raymond Williams, uno de los padres de los estudios culturales, utilizaría al escribir *Television. Technology and cultural form* (1974). Este libro resultaría fundacional en la reflexión cultural sobre televisión y medios de comunicación.

Williams partía de una pregunta: ¿cuál es la relación entre tecnología y cultura? En esta unidad veremos las posibles respuestas a esa pregunta, que es de especial interés en un momento donde la televisión toma muchas formas más allá del objeto al que llamamos “televisor”.

Determinismo tecnológico o tecnología como síntoma

¿Por qué surge la televisión cuando surge? Cuando pensamos sobre las grandes revoluciones tecnológicas, hay una serie de apriorismos que nos impiden estudiar claramente por qué surgen ciertas tecnologías en determinados momentos. Echa un vistazo a estas dos frases, y trata de advertir sobre la diferencia que las separa en sus afirmaciones:

“La invención de la televisión es fruto de investigaciones científicas y tecnológicas. Su poder como medio de comunicación social fue tan grande que alteró muchas de nuestras instituciones y formas de relación y organización”

“La televisión, que fue descubierta como una posibilidad por la comunidad científica, recibió mayor inversión y desarrollo con el fin de cumplir las necesidades de una nueva sociedad (sobre todo como forma de suministrar entretenimiento y para generar una forma más centralizada de pensamiento y formas de vivir).”

Williams identifica dos grandes tendencias en la reflexión sobre la tecnología y la cultura. La primera corresponde a una suerte de *determinismo tecnológico*. Este tipo de opiniones parten de la idea de que nuevas tecnologías son descubiertas por un proceso interno de investigaciones y desarrollo que originan el cambio y el progreso social. Bajo esta filosofía la idea de “progreso” está íntimamente ligada a la tecnología: El mundo contemporáneo habría sido creado por las nuevas tecnologías.

El segundo tipo de opinión parte de la idea de que las nuevas tecnologías son el síntoma de otros procesos. Cualquier tecnología novedosa se deriva de otros procesos sociales de cambio, y por tanto vienen a suplir *necesidades* causadas por esos procesos.

El problema con estos dos planteamientos es que abstraen a la tecnología de la sociedad. Dibujan el proceso de investigación y desarrollo como una esfera independiente de la sociedad, y no como uno donde hay fuerzas y contextos que determinan ese proceso. Por ello, Williams argumenta que hemos de restaurar la *intención* al pensar en estos procesos: la innovación tecnológica parte de ciertos propósitos y ciertas prácticas.

La invención de la televisión

La invención de la televisión no fue un evento aislado y puntual. Depende de un complejo proceso donde se concatenan otros factores y eventos. Williams se retrotrae a las primeras investigaciones sobre electricidad, la telegrafía, la fotografía, el cine y la radio. La televisión pasa por todas ellas ya que en un sentido literal, la televisión es transmisión de imágenes a distancia. Pero del invento, a sus usos, hay un paso.

No es del todo cierto pensar que en las sociedades modernas, cuando aparece una necesidad, se encuentra la tecnología requerida. No es tanto “la necesidad” como el lugar que ocupa dentro de la sociedad. A menudo esas necesidades pasan por las élites y las operaciones militares y de mercado de la sociedad industrial que se estaba formando. La telegrafía al final suple las necesidades de comunicación en un mundo cada vez más globalizado.

A menudo se suele pensar que la televisión es la hermana pequeña del cine, pero la historia nos dice que donde hay que mirar es a la radio. Son las mismas empresas que comercializan la radio las que lo hacen con la televisión, y además adoptan el mismo modelo de radiodifusión: crear la demanda a través de una parrilla de contenidos.

La televisión podría haber sido muchas cosas: en un principio se usó para usos interpersonales (algo así como telegrafía a través de vídeo, como nuestras videollamadas actuales), pero luego se llegó a la idea de radiodifusión como manera de hacer llegar mensajes a un público general. Pero que haya un televisor en cada salón de cada casa tampoco es algo necesariamente natural. Se suele contar que en la Alemania Nazi se utilizó la televisión proyectando en las plazas de las ciudades mensajes propagandísticos del régimen. La televisión como invento desdibujaría las líneas entre lo privado y lo público.

Tecnología y cultura

Dentro de los Estudios televisivos, la relación entre tecnología y cultura ha resultado extremadamente provechosa. Hacer una historia de la televisión, pasa necesariamente por esa idea. Por ejemplo, John Ellis en *Seeing Things: Television in the Age of Uncertainty* (2000), establece tres grandes eras en el desarrollo y evolución de la televisión en Europa:

- **1ª era: scarcity (escasez)**. Desarrollo de la televisión de servicio público en el contexto del consumismo de mercancías masivas (la televisión como bien de consumo). Pocos canales que emiten pocas horas al día. En la mayor parte de los países finalizó a finales de los 70 – comienzos de los 80.
- **2ª era: availability (disponibilidad)**, fragmentación del mercado posibilitada por cambios tecnológicos (redes locales de televisión, satélite y cable). Crisis del concepto de la televisión como servicio público.
- **3ª era: plenty (abundancia)**. Pérdida de relevancia del broadcasting frente a lo que algunos autores llaman *narrowcasting*.

Todas estas etapas pasan por la mayor disponibilidad de canales y métodos de consumo de televisión posibilitados por el desarrollo tecnológico. Pensemos en dos ejemplos con los que aplicar la teoría de Williams:

1. **El audímetro**: el audímetro nace en 1936 y consistía en un aparato que registraba las radios encendidas y la emisora que estaba siendo sintonizada. Sin embargo no es hasta los años 50, con el auge de la televisión, cuando se consolida como invento necesario para consolidar el negocio de vender audiencias. Como invento, al principio presentaba demasiados inconvenientes: necesita de colaboración del espectador y genera una cantidad ingente de datos que procesar. Con el tiempo, eso se iría estandarizando.

La televisión, en la época de la escasez, solo necesitaba llegar al máximo número de gente posible. Pero con el desarrollo de la investigación de audiencias y la estandarización de procesos, dio paso a la posibilidad de segmentar por tipos de audiencia. Esto cambiaría totalmente la forma de programar, así como el tipo de programas que se producían.

2. **El mando a distancia**: sería un error subestimar la revolución que supone el mando a distancia como invento. Por supuesto, no deja de ser el resultado de un modelo televisivo fragmentado. El mando a distancia nos permite pensar sobre la tensión entre diseño y usabilidad que plantean las tecnologías culturales. Piensa en

todos los mandos que has tenido a lo largo de tu vida. ¿Qué tipo de botones incluyen? ¿Cómo están organizados?

El flow de la televisión

Una de las ideas más relevantes del libro de Williams es la de *flow* (flujo) televisivo. Williams habla de uno de sus viajes a Estados Unidos. Como inglés, estaba habituado a cierto tipo de televisión: el modelo público. En su relato, el autor describe un visionado completamente distinto al que conocía. Un visionado en el que los programas y los anuncios se mezclaban en temática y forma, y la propia organización de la parrilla parecía conformar una unidad propia: un flujo televisivo.

Aunque ahora nos resulte un poco exagerado, el concepto de *flow* nos invita a pensar la televisión en su aspecto más general, no como unidades propias de análisis una tras otra. Es importante pensar más en una mañana de televisión que en un programa concreto, ya que así es como se ve la televisión. Y para entender el proceso de recepción de cualquier programa, hemos de también pensar en los programas y anuncios que lo acompañan.

Más allá del televisor

Como hemos visto, durante mucho tiempo la experiencia de ver la televisión ha estado ligada a un objeto: el televisor. Sin embargo, probablemente para el/la lectora/a ver la televisión significa mucho más. Todas las revoluciones tecnológicas que hemos visto han desdibujado esta idea, siempre dando lugar a esa afirmación de que la “televisión ha muerto”. Ahora sabemos que la televisión no ha muerto, y que lo que ha ocurrido más bien es un proceso de *convergencia mediática*, pero no deja de ser importante reconocer que ver la televisión ahora tiene más que ver con una experiencia cultural que con un objeto que hay en nuestros salones.

A menudo nos encontramos en nuestras aulas con que los estudiantes creen no ver la televisión, sino que consumen Netflix o plataformas similares del estilo. Pero al igual que estamos viendo películas, a pesar de no estar en celuloide ni en una sala de cine, cuando las vemos en una plataforma, las series de las plataformas de streaming son también series de televisión.

Televisión online

Si estoy viendo UNA entrevista editada de La Resistencia en Youtube con mi teléfono, ¿estoy viendo televisión?

Precisamente algunos autores han querido trabajar esa idea, tratando de describir cómo se conceptualiza la televisión online. Catherine Johnson (2019) por ejemplo, centra la definición en la idea de servicio para diferenciar a la televisión online de otras plataformas como Youtube. Según ella la televisión online son “servicios que facilitan el visionado de contenido audiovisual seleccionado editorialmente a través de dispositivos conectados a través de internet”. Vamos a intentar desgranar algunas de estas ideas:

La televisión online como *servicio de visionado*: las plataformas de streaming venden experiencias de visionado. Tan central como el contenido es la propia experiencia de navegar el catálogo y la calidad de imagen que se recibe. Así, encontramos diferentes precios dependiendo del tipo de experiencia de visionado que se quiere (4K, HDR, etc...)

La televisión online como *servicio editorial*: al contrario que otros lugares como Youtube, las plataformas nos ofrecen una “librería” de contenido editorializado. Hay departamentos de trabajo que se dedican a dar luz verde a proyectos con una cierta línea editorial, así como personas dedicadas a comprar licencias para ofrecer programas (tal y como la televisión ha hecho siempre).

La televisión online como *servicio cerrado*: esa librería de la que hablamos es a su vez un sistema cerrado, no abierto a que cualquier persona suba contenido (como Youtube o TikTok).

Conclusión

Puede que la televisión no haya muerto, pero bien es cierto que sus límites han quedado bastante desdibujados. Nadie sabe hacia dónde va a ir, pero está claro que la intersección entre tecnología y cultura sigue marcando su camino. Por ello, es importante seguir reflexionando sobre el papel que juega la tecnología en nuestra sociedad.

Bibliografía

Ellis (2000) *Seeing Things: Television in the Age of Uncertainty*. I. B. Tauris

Johnson (2019). *Online TV*. Routledge

Lotz (2018). *We Now Disrupt This Broadcast: How Cable Transformed Television and the Internet Revolutionized It All*. The MIT Press

Williams (1990 [1974]) *Television. Technology and cultural form*. Routledge