

# **Desborde textual: los videos de reacción como remediación de los marginalia**

FRANCISCO ALBARELLO

## **Introducción**

Como sostiene Chartier (1995, p. 54): “no existe texto fuera del soporte que lo da a leer (o a escuchar)” y “no hay comprensión de un escrito cualquiera que no dependa de las formas en las cuales llega a su lector”. La materialidad del texto condiciona nuestra relación con este, impone sus reglas y genera pautas sociales y culturales en los lectores. Esas pautas dan lugar a formas de apropiación del texto, que tienden a pasar desapercibidas. Como lectores, naturalizamos nuestra relación con el texto. Como sostiene Ong (1994, p. 81), una tecnología de la palabra, como es la escritura, de carácter artificial, con el uso se nos vuelve natural. En este artículo procuraremos “desnaturalizar” nuestra relación con el texto impreso que –dadas las características del medio técnico creado por Gutenberg– se ha instaurado como un texto único, individual y cerrado, para dar lugar a una textualidad abierta, plural y colectiva. Como veremos a lo largo de estas páginas, esta idea del texto abierto no es nueva: tiene sus orígenes en los comentarios al margen –*marginalia*– característicos de los manuscritos previos a la invención de la imprenta, ha sido teorizada por el posestructuralismo francés y experimentada por la posmodernidad literaria, y ha

encontrado su concreción material en la introducción del hipertexto. En la actualidad, el fenómeno se ha diversificado en los textos audiovisuales a partir de los videos de reacción que circulan en las redes sociales. Si bien estamos hablando de textualidades de naturaleza diferente –primero escrita y luego audiovisual– tienen en común la participación del lector, que interviene sobre estos textos y genera conversaciones a partir de ellos.

### **El hipertexto y la posmodernidad literaria<sup>1</sup>**

En el que podemos considerar el primer libro dedicado al hipertexto, George Landow (1995) da cuenta del acercamiento entre los planteos de la teoría crítica literaria posestructuralista enunciados por Foucault, Derrida y Barthes, y una herramienta informática que permitiría encarnar todos esos ideales: el hipertexto (Landow, 1995, p. 13). Para fundamentar esas afirmaciones, Landow toma la definición de hipertexto acuñada por Ted Nelson:

un tipo de escritura no secuencial, un texto que bifurca, que permite que el lector elija y que se lea mejor en una pantalla interactiva. De acuerdo con la noción popular, se trata de una serie de bloques conectados entre sí por nexos, que forman diferentes itinerarios para el usuario. (Landow, 1995, p. 13)

El autor afirma que “la teoría crítica promete teorizar el hipertexto mientras que éste promete encarnar y, así, demostrar varios aspectos de la teoría, sobre todo los relativos a textualidad, narrativa y a los papeles o funciones de lector y escritor” (Landow, 1995, p. 14). En este sentido, asegura que el hipertexto informático produce una muerte o reconfiguración del autor –que ya no es el único que decide sobre el escrito–, un replanteo de la obra –abierta, plural, incompleta– y una transformación del lector –quien deja su rol pasivo y pasa a formar parte al elegir sus propios caminos de lectura y al completar con sus propios textos la obra iniciada por el autor–. Por su parte, Núria Vouillamoz (2000) señala tres cambios fundamentales con el advenimiento del hipertexto: primero,

---

1 Este apartado está basado parcialmente en la tesis doctoral del autor, titulada “Leer/navegar en Internet. Un estudio comparativo entre jóvenes escolarizados y docentes porteños sobre las formas de lectura en la computadora”. <https://n9.cl/c2c7u>

se acentúa la apertura e intertextualidad de la obra; segundo, el lector asume una mayor responsabilidad *cocreativa* a través de su interacción con el sistema; tercero, los avances informáticos facilitan nuevas formas de producción –recursos para la composición– y de coproducción –especialmente, a través del desarrollo en comunicaciones– que apuntan hacia una concepción colaborativa del trabajo en el que es más difícil identificar una individualidad creadora (Vouillamoz, 2000, p. 97). Entonces, el hipertexto vendría a cumplir el sueño de la *intertextualidad* de Julia Kristeva (1984) y la polifonía de Mikhail Bakhtin (1986), que es explicada del siguiente modo por Gutiérrez Carbajo (1997): “todo texto es recreación o reelaboración de otros textos, toda obra se constituye como una red de citas, como una sinfonía de voces que dialoga polifónicamente con otras voces” (p. 195). En tanto, Umberto Eco (1992) plantea justamente que el mensaje de la obra de arte es fundamentalmente ambiguo, consiste en una pluralidad de significados que conviven en un solo significante, y esa condición es inherente a toda obra de arte y constituye una de las finalidades explícitas de la obra (p. 80).

Muchos autores sostienen la estrecha relación entre el hipertexto y el posestructuralismo francés (Landow, 1995; Moreno Hernández, 1998; Paternain, 1997). A continuación, desarrollaremos esta relación a partir de las obras de sus principales exponentes: Michel Foucault, Jacques Derrida y Roland Barthes. En primer lugar, Foucault (2001) sostiene que los márgenes de un libro jamás están neta ni rigurosamente cortados, sino que el mismo está envuelto en un sistema de citas de otros libros, otras frases, otros autores, como un nudo en una red (p. 50). Jay David Bolter (2001) retoma el planteo de Michel Foucault sobre la dificultad para definir cuándo el texto del autor termina y cuándo comienza la interpretación, y señala que el hipertexto parece responder a esa dificultad mostrando cómo los textos de un autor se disuelven en medio de una expansiva red de relaciones intertextuales (p. 174). Roland Barthes (1980) va más lejos en estas consideraciones, y afirma que “interpretar un texto es apreciar el plural del que está hecho” (p. 3). Concibe al texto, entonces, no como una estructura de significados, sino como una *galaxia de significantes* que no tiene comienzo, que es reversible y al que se accede a través de múltiples entradas sin que ninguna de ellas pueda ser declarada la principal (Barthes, 1980, p. 8). En tanto, para Jacques Derrida (1971), desde el punto de vista deconstruccionista, el

significado de cualquier texto escrito es radicalmente inestable, y el texto es considerado como una red diferencial, una fábrica de rastros referidos eternamente a otra cosa ajena a ellos mismos (p. 18). Volviendo a Bolter (2001), esa definición de texto de Derrida se acerca mucho al espacio de escritura electrónico. Lo mismo sucede con la idea de Derrida de un texto extendido más allá de sus bordes: en los manuscritos medievales escolásticos, los márgenes eran un espacio de diálogo entre el texto y el lector. Esos agregados fueron evolucionando luego hacia las glosas, que se agregaban al texto mismo, pero, en la edad de la imprenta, se convirtieron en verdaderamente marginales, convirtiéndose en notas al pie o al final del texto, manteniendo así la jerarquía del autor y su control sobre el texto. La imprenta reforzó esa jerarquía que los deconstruccionistas ilustraron como la dicotomía entre el centro y el margen. Ahora, para Bolter, un texto en el espacio electrónico parece no tener necesariamente límites, excepto por las constricciones de la máquina. El espacio de escritura electrónica puede soportar una red en la cual todos los elementos tienen el mismo nivel y en la cual estar al margen es en sí mismo sólo provisional (Bolter, 2001, p. 181). En la misma línea, Nicholas Burbules y Thomas Callister (2001) afirman que el hipertexto no es un formato del todo nuevo, sino que tiene sus precedentes en las notas al pie o en las citas a otras fuentes. Tienen en común el hecho de que desvían la atención del lector hacia otras fuentes o puntos de vista, entretejidos en una secuencia narrativa lineal, pero que permiten apartarse de ella. Lo mismo sucede con las formas retóricas, entre las que se incluyen frases como “anteriormente”, “más adelante”, etc., que establecen puntos de contacto con textos previos o posteriores, o que proponen adelantarse o dar marcha atrás para leer otro pasaje del texto. Sin embargo, estos dispositivos se consideran desvíos o complementos del texto principal. Por el contrario, según afirman Burbules y Callister (2001), “el hipertexto describe una especie de entorno de información en el que el material textual y las ideas se entrelazan de maneras múltiples (p. 79).

### **Los marginalia en *El nombre de la rosa***

*El nombre de la rosa*, la novela policial escrita por Umberto Eco en 1980, relata la investigación que lleva adelante el fray Guillermo de Baskerville

junto con su fiel servidor Adso de Melk, luego de que en una abadía en el norte de Italia durante el siglo XIV fueran asesinados Adelmo y Venancio, dos monjes copistas que no se limitaban a transcribir libros a mano, sino que agregaban en los márgenes iluminaciones, miniaturas y otros elementos que entraban en conflicto con el texto principal. A continuación, transcribiremos algunos extractos de la novela que dan cuenta del lugar que ocupaban los marginalia para introducirnos de lleno en el contexto de ese período tan particular de los libros manuscritos:

Nos acercamos al sitio donde había trabajado Adelmo, todavía ocupado por los folios de un salterio adornado con exquisitas miniaturas. Eran folia de finísimo vellum –el príncipe de los pergaminos–, y el último aún estaba fijado a la mesa. Una vez frotado con piedra pómez y ablandado con yeso, lo habían alisado con la plana y, entre los pequeñísimos agujeritos practicados en los bordes con un estilo muy fino, se habían trazado las líneas que servirían de guía para la mano del artista. La primera mitad ya estaba cubierta de escritura, y el monje había empezado a bosquejar las figuras de los márgenes. Los otros folios, en cambio, estaban acabados, y, al mirarlos, tanto a mí como a Guillermo nos fue imposible contener un grito de admiración. Se trataba de un salterio en cuyos márgenes podía verse la imagen de un mundo invertido respecto al que estamos habituados a percibir. Como si en el umbral de un discurso que, por definición, es el discurso de la verdad se desplegara otro discurso profundamente ligado a aquel por sorprendentes alusiones in aenigmate, un discurso mentiroso que hablaba de un mundo patas arriba, donde los perros huían de las liebres y los ciervos cazaban leones. (Eco, 1980, p. 61)

Siguiendo la novela de Eco, los marginalia ponían en cuestión la verdad revelada en el texto principal. Es interesante el uso que hace el autor de la metáfora del “umbral”: como si el margen del manuscrito fuera un pasaje a otro lugar, a otro texto, un desvío en la interpretación que conecta con otro mundo significante.

En el siguiente pasaje de *El nombre de la rosa* aparece una caracterización de uno de los monjes copistas, Adelmo, como alguien joven que solo se dedicaba a ilustrar los textos. Esto le hace decir Eco a uno de los personajes:

– Adelmo da Otranto –dijo Malaquíás, mirando a Guillermo con desconfianza–, dada su juventud, sólo trabajaba en los marginalia. Tenía una imaginación muy vivaz, y con cosas conocidas sabía componer cosas desconocidas y sorprendentes, combinando, por ejemplo, un cuerpo humano con la cerviz de un caballo. (Eco, 1980, p. 61)

Adelmo no solo era joven e imaginativo, sino que, tal vez sin saberlo, realizaba lo que ahora llamamos remezclas o combinaciones de elementos inconexos a primera vista. Sin embargo, la principal objeción a estas producciones – siempre siguiendo la ficción de Eco – tenían que ver con el uso del humor:

– Entonces –preguntó Guillermo–, ¿qué se dijo aquel día en que Adelmo, tú, Berengario, Venancio, Malaquíás y Jorge discutisteis sobre los marginalia?

– Ya lo oísteis ayer. Jorge señaló que no es lícito adornar con imágenes risibles los libros que contienen la verdad. Venancio observó que el propio Aristóteles había hablado de los chistes y de los juegos de palabras como instrumentos para descubrir mejor la verdad, y que, por tanto, la risa no debía de ser algo malo si podía convertirse en vehículo de la verdad. (Eco, 1980, p. 85)

Los comentarios al margen descalifican entonces al texto principal al punto de “reírse” de este, de ponerlo en ridículo y, por tanto, cuestionar su estatus de verdad. Como producto de la imaginación del copista, el peligro residía en que podía confundir al lector. Precisamente esto le dice Jorge de Burgos –el celoso bibliotecario del monasterio– a Guillermo de Baskerville sobre el final de *El nombre de la Rosa*:

Pero si algún día la palabra del filósofo justificase los juegos marginales de la imaginación desordenada, ¡oh, entonces sí que lo que está en el margen saltaría al centro, y el centro desaparecería por completo! (Eco, 1980, p. 352)

Resulta interesante encontrar en la novela de Eco la disputa que centro y margen establecen en la superficie del libro. Se trata, en definitiva, de una disputa de poder, de control de la interpretación de los textos.

Finalmente, los marginalia ofrecían un espacio de descarga o catarsis para los copistas, quienes dedicaban largas horas de trabajo a esta tarea y en condiciones no siempre cómodas o saludables:

Así se explica que a menudo encontremos al margen de los manuscritos frases dejadas por el copista como testimonio de su padecimiento (y de su impaciencia), por ejemplo: “¡Gracias a Dios no falta mucho para que oscurezca!” o “¡Si tuviese un buen vaso de vino!”, o “Hoy hace frío, hay poca luz, este pergamino tiene pelos, hay algo que no va” Como dice un antiguo proverbio, tres dedos sostienen la pluma, pero el que trabaja es todo el cuerpo. Trabaja, es decir, sufre. (Eco, 1980, p. 98)

De alguna manera los marginalia dan cuenta de la naturaleza del medio en el que tienen lugar, las condiciones que impone la interfaz como espacio de negociación del sentido (Scolari, 2018). En otras palabras, hacen explícitas las condiciones del canal o soporte a través del cual se vehiculizan, lo que en términos de Jakobson (1985) sería la “función fática del lenguaje”. Además, dejan evidencia no solo de la materialidad del texto, sino de la corporalidad de quien interviene sobre este. En otras palabras, los marginalia son la huella de recepción del copista en tanto lector, pero también se constituyen como parte del texto que, aunque de manera marginal, ofrecen claves de interpretación o puertas de entrada al texto principal y, en ocasiones, llegan a dejar sus propias impresiones personales al respecto.

En resumen, si tomamos como referencia la novela de Eco (1980), podemos decir que los marginalia contradicen al texto principal, al punto de reírse o ponerlo en ridículo, producen remezclas de contenidos para desviar la atención y, en algunas oportunidades dan cuenta de las condiciones materiales de la interfaz explicitando su punto de vista personal.

### **El texto electrónico y la distancia entre autor y lector**

Carlos Moreno Hernández (1998) sostiene que los copistas de textos antiguos anotaban o comentaban las obras, de manera que las fronteras entre lo original copiado y lo anotado o comentado eran muy difusas y variables. Sin embargo, desde finales del siglo XVIII el término “colaboración” adquiere el sentido de traición o plagio al exaltarse la idea de originalidad y esfuerzo individual, debido esto al desarrollo de la imprenta y del liberalismo económico ligado a la ética protestante con su sentido

sacralizado de la propiedad y el trabajo individuales (Moreno Hernández, 1998, p. 30). Por su parte, Jay David Bolter (2001) afirma que la imprenta, al suponer un complejo de tareas costosas y relativamente laboriosas, amplió la brecha entre autores y lectores, ya que pocos lectores tenían la posibilidad de ser autores publicados. Al igual que Moreno Hernández, Bolter (2001) sostiene que en la era de los manuscritos, esa distinción era menor, porque la publicación era menos que un evento, ya que las notas y glosas realizadas por el lector al margen del texto eran consideradas de la misma importancia que el texto original. Cualquier lector podía cruzar la barrera y ser autor: la única diferencia era que el autor original aparecía en más copias. La copia impresa, en cambio, tenía más autoridad por su simplicidad visual, su regularidad y su reproductibilidad (p. 49).

Con el desarrollo de los medios electrónicos, “será posible volver a una idea de literatura más afín a la antigua, en cuanto que la estructura hipertextual en forma de redes permite la difuminación cada vez mayor de las fronteras entre textos y entre autores, o escritores y lectores o intérpretes” (Moreno Hernández, 1998, p. 26). En tanto, para Núria Vouillamoiz (2000, p. 170) “los modelos de producción hipermedia incorporan de nuevo la figura del lector devolviéndole el poder de decisión del que gozó en el contexto de la literatura oral, y que luego pareció perder con la irrupción de la cultura impresa”. Pierre Lévy lo expresa en estos términos: “la tendencia hacia la hipertextualización de los documentos puede definirse como una tendencia hacia la indistinción, la mezcla de las funciones de lectura y escritura” (Lévy, 2001, p. 69). En tanto, Nicholas Burbules y Thomas Callister afirman que la existencia de nuevos métodos de organización como el hipertexto ponen en tela de juicio las distinciones absolutas entre *acceder* al conocimiento y *generarlo*. Para los autores, en hipertexto, como en los textos en general, hay una relación interactiva entre su estructura y las estrategias de lectura que propone, pero la diferencia es que los hipertextos invitan activamente a leer el mismo material de maneras múltiples y facilitan dicha tarea, por lo tanto, la distinción entre autor y lector comienza a desvanecerse (Burbules y Callister, 2001, p. 80).

La cultura participativa (Jenkins, 2008) implicó un paso más en la apertura de lo textual y completó el camino iniciado por el hipertexto. A comienzos de los noventa, la World Wide Web, creada por Tim

Berners-Lee, se transformó en “el hipertexto global” (Bolter, 2001, p. 39) que permitió que los “usuarios/productores” de la red (Castells, 2001) se volvieran potencialmente “hiperlectores” (Burbules y Callister, 2001) o “prosumidores” (Toffler, 1980). El proceso de “amateurización masiva” (Shirky, 2008) al que dio lugar Internet a través de herramientas y *software* de producción accesibles, primero en las computadoras personales y luego en los teléfonos conectados a Internet, supuso un acceso sin precedentes a la creación de contenidos por parte de los usuarios. El “paréntesis de Gutenberg” (Piscitelli, 2011) implicó el fin de la hegemonía del libro impreso como vehículo de la cultura y dio lugar a prácticas de remezcla, sampleo y recontextualizaciones en las cuales los textos –escritos, visuales y sonoros– están en perpetua transformación en manos de los usuarios que los comparten en las redes. En ese marco, las prácticas de lectura han evolucionado hacia lo que definimos como lectura transmedia: “un tipo de lectura inclusiva, multimodal, diversa, de todo tipo de textos –escritos, visuales, sonoros, lúdicos– y de soportes, que a su vez se mezcla o hibrida con las prácticas de producción o prosumo del lector” (Albarelo, 2019, p. 166). La lectura transmedia da cuenta de la complejidad que atraviesan las prácticas de lectura en la actualidad. Leemos en distintos soportes, distintos tipos de textos, y con funciones y metas de lectura diferentes. Ponemos en diálogo esos diversos tipos de textos, medios y plataformas, buscamos sacar el mejor provecho de ellos, y a eso le sumamos nuestras propias producciones, que realizamos precisamente a través de las mismas herramientas que utilizamos para leer. No es un dato menor que el *smartphone* sea elegido como el dispositivo principal para lectura de noticias (Albarelo, 2022; SInCA, 2023), precisamente porque esa lectura está contagiada con los usos sociales que realizamos a través del mismo dispositivo.

### **La explosión de los videos de reacción**

En el contexto actual de la cultura participativa (Jenkins, 2008), en la cual el 67,9% de la población mundial está conectada a Internet y el 70,5% de los seres humanos son usuarios de teléfonos móviles (We are Social, 2025), podemos decir que la lectura hegemonizada por los

libros ha cedido su espacio a las imágenes. Luego de la búsqueda de información, estar en contacto con familiares y amigos y mantenerse informados sobre noticias y sucesos, una de las principales razones para usar Internet es ver videos, programas de TV o películas. Asimismo, el segundo sitio más visitado, luego del buscador Google, es Youtube, donde a la vez más tiempo se pasa (36 minutos, 4 segundos promedio por visitante). En cuanto a los tipos de videos más consumidos, nos encontramos con que luego de los videos musicales, que representan el 50% de las preferencias de los usuarios de 16 a 64 años de edad, los videos graciosos, memes y los denominados “videos virales” se llevan el 35,8% de las preferencias, y un 29,7% los videos por *streaming*. Finalmente, las principales aplicaciones para consumir videos desde el teléfono móvil son Youtube y TikTok (We are Social, 2023).

Este rápido panorama da cuenta de la importancia que tiene el consumo audiovisual en la actualidad. Precisamente, el concepto “lectura transmedia” (Albarello, 2019) da cuenta de la influencia del consumo audiovisual sobre la lectura, ya que el concepto “narrativas transmedia” (Jenkins, 2003; Scolari, 2013) que le da su nombre, tiene una fuerte impronta audiovisual, dado que las grandes narrativas transmedia surgieron inicialmente del mundo del cine. Ahora bien, si como decíamos antes, en el período previo a la imprenta los textos eran colectivos, porque los comentarios al margen suponían un diálogo entre el autor principal, y los comentaristas y copistas, ¿cuál es el estatus actual de los comentarios al margen de los videos que circulan en las redes sociales? El concepto que mejor describe esta idea es el de los *videos de reacción*. Estos son los comentarios al margen de los textos audiovisuales, que tiene lugar en el período posterior al Paréntesis de Gutenberg (Piscitelli, 2011) y que, al igual que antes, supone un texto abierto, que es intervenido e interpretado –muchas veces de manera crítica y hasta irreverente– por los creadores de contenidos que comentan los videos. Y a diferencia de lo que sucedía en la época del libro manuscrito, cuando los pocos que sabían leer y escribir pertenecían a las cortes o a la iglesia, esta práctica es accesible a todo aquel que tenga un dispositivo conectado a la red y algunas competencias para crear contenidos.

El fenómeno de los videos de reacción explotó en 2010 en Estados Unidos gracias a *The Fine Brothers*, quienes crearon el canal de Youtube

“Kids React”, en el cual se mostraban reacciones de niños y niñas a viejas computadoras, comidas o programas de TV, entre otros. El éxito de estos creadores de contenido –que comenzaron a hacerse conocidos por videos de *spoilers*– los llevó luego a crear otros canales como *Teens React*, *Elders React* y *Youtubers React*, y llegaron al punto de liderar lo que se ha considerado un nuevo género en Internet, denominado “videos de reacciones”, *reaction videos* o *reaction content*. Una serie de controversias provocaron la caída de *The Fine Brothers*, quienes se vieron obligados a vender sus canales a Electric Monster Media en 2021 (SunnyV2, 2022). Curiosamente, una de las discusiones que tuvo lugar en ese momento fue hasta qué punto *The Fine Brothers* tenía el derecho de reclamar la propiedad sobre los videos de reacciones que a esa altura se habían diseminado en Youtube. Para Kim (2015), los videos de reacción son una forma vernácula de producción visual en la que las personas usan una cámara web para grabarse mientras miran cierto contenido multimedia. El nombre “video de reacción” se refiere a la parte del video en la que el productor reacciona al contenido que se está viendo (Kim, 2015). También pueden ser considerados una forma más de contenido generado por los usuarios –*User Generated Content* en inglés– que sirve para distribuir contenido a través de las plataformas (McDaniel, 2021, p. 2). Siguiendo a Bliss y Nansen (2023, p. 753), los videos de reacción son una experiencia innata de Internet que involucran a una audiencia que observa la reacción emocional de alguien ante algún contenido. Estos videos hacen circular el conocimiento cultural de maneras que pueden reforzar, ampliar, intensificar u oponerse al significado del contenido al que se reacciona (Bliss y Nansen, 2023, p. 755). En tanto Lorenzana (2022) sostiene que en los últimos años los videos de reacción ganaron más visibilidad en la medida en que comenzaron a ser incluidos en las transmisiones televisivas de eventos tales como la elección de Miss Universo, en los cuales se exhibían de manera apasionada y desenfrenada las emociones de los espectadores durante los momentos cruciales del certamen (p. 417). Un trabajo de Swan (2018), en el que se estudió a un grupo de *fans* estadounidenses de K-Pop que grababan sus propios videos de reacción escuchando esa música, reveló que el video de reacción de YouTube es un tipo único de texto generado por el usuario que refleja las complejidades superpuestas de actuaciones emocionales,

virtuales y fuera de línea, de autenticidad y compromiso social. No son sólo consumidores del video musical original, sino también participantes activos en la comunidad K-Pop como creadores, intérpretes, críticos, productores y distribuidores (Swan, 2018, p. 549). El K-Pop es tal vez el género musical que más videos de reacciones ha generado alrededor del mundo y este fenómeno es aprovechado por la industria. Los *fans* participan en una experiencia de visualización conjunta con otros dentro de la comunidad –lo que se denomina *co-viewing*– y a través de las redes sociales se da un proceso comunicativo de construcción de identidad de sus fanáticos de todo el mundo, físicamente dispersos, pero afectivamente conectados (Swan, 2018, p. 549).

Por su parte, McDaniel (2021) sostiene que el atractivo de los videos de reacción a la música popular se explica por su cualidad de “reactividad”, la cual describe el enfoque que adoptan los creadores de contenido al escuchar, mientras realzan y exageran su experiencia afectiva de los medios musicales. Al crear estos videos de reacción esperan que provoquen reacciones posteriores entre los espectadores, que se traducen en más vistas, más acciones y, en última instancia, más poder (p. 1). A diferencia de muchas otras formas de contenido generado por el usuario, los videos de reacción ponen en escena la escucha como acto creativo, lo cual permite a los usuarios narrar y exagerar la sensación de escuchar música popular, convirtiendo el consumo musical privado en una actuación pública que puede ser etiquetada, compartida y archivada, de maneras que sean potencialmente rentables para el oyente, pero siempre rentables para la plataforma (McDaniel, 2021, p. 2).

Tal como sostienen Bliss y Nansen (2023, p. 753), la bibliografía sobre los videos de reacción es muy limitada y, como vimos hasta el momento, se ha dedicado a estudiar fenómenos como la música popular (Swan, 2018; McDaniel, 2021) o eventos tales como la elección de Miss Universo (Lorenzana, 2022). Sin embargo, es posible encontrar en la red videos de reacción de multiplicidad de fenómenos culturales, y en los últimos años el fenómeno se expandió más allá de Youtube hacia redes sociales como TikTok o al *videostreaming* en plataformas como Twitch, que fue pionera en los *esports* o deportes electrónicos. Si, por ejemplo, hacemos una búsqueda rápida en Youtube e ingresamos la sentencia de búsqueda “reaction videos FIFA 2022”, nos encontramos con cientos de

resultados en un *scroll* infinito que mezcla reacciones de espectadores viendo los partidos del mundial de fútbol desde sus hogares o en la calle, relatos de periodistas y comentaristas, y festejos de hinchadas gritando por sus selecciones preferidas. Si esto lo extendemos a otras redes sociales como Instagram o TikTok volvería prácticamente imposible analizar tal cantidad de producciones. El denominador común en todos estos contenidos, tal como sugieren los autores citados, es la fuerte carga emocional que transmiten, generando una “reacción en cadena” –o una *reacción de la reacción*– en quienes los ven.

### Los videos de reacción como remediación de los marginalia

Bliss y Nansen (2023) proponen una “arqueología” de los *medios reactivos* o *medios de reacción* que permite rastrear la persistencia de los contenidos de reacción a lo largo de la historia de los medios. Los autores sostienen que, a pesar de la especificidad de cada medio o de sus diferencias genéricas, los medios de reacción comparten ciertos patrones a través de tecnologías de pantallas, que incluyen el cine, la televisión e, incluso, los GIFS animados de Internet y las plataformas sociales como Youtube y TikTok (Bliss y Nansen, 2023, p. 757). Apoyándose en la arqueología de los medios (Parikka, 2013), la ecología de los medios (McLuhan, 1994; Scolari, 2015) y la remediación (Bolter, 2001), sostienen que más allá de toda progresión lineal, los medios se encuentran conectados y ubicados en un proceso donde lo viejo y lo nuevo se entremezclan y se hacen referencia unos a otros, y se puede pensar a lo nuevo y a lo viejo en líneas paralelas (Parikka, 2013, p. 2). En ese sentido se basan en el concepto de “remediación” de Bolter y Grussin (1996). El libro impreso tuvo rivales como el cine, la radio y la TV, y ahora son los medios digitales, los que están dándole una nueva forma al libro impreso. Bolter utiliza el término *remediation* –remediación o reformulación– para indicar el cambio de un medio viejo a uno nuevo, por ejemplo, del rollo de papiro al códice y de éste al libro impreso. El nuevo medio toma el lugar del otro, tomando prestadas y reorganizando las características de la escritura en el medio anterior y reformando su espacio cultural; imita aspectos del anterior, pero también reclama una mejora de lo viejo (Bolter, 2001,

p. 2). Esto último se da en un sentido particular, tal como destacan Bliss y Nansen (2023, p. 757), puesto que los medios procuran una sensación de mayor inmersión o inmediatez, habida cuenta de que las audiencias se enfrentan a una inevitable conciencia de la mediación que opera ese medio, lo que se denomina “hipermediación” (Bolter y Grussin, 1996, p. 25). La contradicción entre inmediatez e hipermediación es una tensión continua pero productiva en el desarrollo de tecnologías mediáticas y en ese sentido Bliss y Nansen proponen el concepto “intermedio”, que opera entre el texto de los medios y la recepción de los medios (Bliss y Nansen, 2023, p. 757). Los contenidos de reacción se encontrarían, precisamente, en ese espacio intermedio.

Llegados a este punto, nos proponemos en este apartado final concebir a los videos de reacción como una remediación de los marginalia medievales. Siguiendo el planteo de la arqueología de los videos de reacción de Bliss y Nansen (2023), nos planteamos extenderlo más allá de las pantallas para abarcar las textualidades previas a la invención de la imprenta de Gutenberg. De hecho, en gran parte, los marginalia no eran otra cosa que imágenes, iluminaciones u ornamentaciones que ilustraban a los textos que estaban acompañando.

A continuación, sugerimos una serie de cuatro afirmaciones a modo de principios o caracterizaciones de los videos de reacción como remediación de los marginalia medievales.

*Los videos de reacción remedian la relación entre centro y margen:* los marginalia y los videos de reacción comparten un aspecto visual común, puesto que hay un texto principal, que es más grande y ocupa la parte central de la interfaz y uno secundario –el marginalia o la reacción–, que está a un costado, en una relación parasitaria del texto principal. En ambos casos cumplen la función de intermedio (Bliss y Nansen, 2023) que opera entre el texto de los medios y la recepción de los medios, provocando una sensación de mayor inmersión o inmediatez con el contenido comentado.

*Los videos de reacción remedian la intervención del hiperlector:* podemos entender a los videos de reacción como una intervención activa de quien comenta el video, lo mismo que el copista o comentarista medieval, que agregaba sentido a aquello que estaba ilustrando. Tanto unos como otros desempeñan una *performance*, aunque diferente en cada medio de acuerdo con las tecnologías disponibles: los comentarios al margen

consisten en textos o imágenes producidas con plumas y tinta, mientras que en los videos de reacción, siguiendo el lenguaje cinematográfico y televisivo, aparece el rostro de quien está comentándolo, generalmente en primer plano.

*Los videos de reacción remedian el uso del humor y de las emociones como estrategia de lectura:* la ironía, la parodia y los chistes son elementos en común entre los marginalia y los videos de reacción. El humor funciona como catalizador que interpela a quien está viendo o leyendo esas reacciones. Esta interpelación puede ir desde la lectura crítica de lo que se está leyendo o viendo hasta la implicación emocional que procura la identificación de quien está mirando. Esto alcanza el paroxismo en los videos de reacción cuando aparece el rostro de quien comenta, generando un efecto de “reacción en cadena” con el usuario.

*Los videos de reacción resignifican aquello que están comentando:* tanto los marginalia como los videos de reacción son una reinterpretación del texto principal, al punto que generan una expectativa –o un pacto de lectura– según la cual los usuarios o lectores buscan esas segundas lecturas para reinterpretar a través de esa mirada subjetiva el texto al que está referido. La mirada subjetiva del comentador es la puerta de entrada al contenido. Al igual que sucedía en la era de los manuscritos, cuando los textos eran buscados más por los ácidos comentarios de sus copistas que por el valor de los textos originales, los videos de reacción son consumidos porque ofrecen una perspectiva particular, que es la de los creadores de contenidos en redes, como Youtube. En cierto punto, se trata de mirar lo viejo con ojos nuevos, transgrediendo las reglas de interpretación que imponía lo viejo en otro contexto.

## Conclusiones

La evolución de los medios y sus audiencias no sigue un patrón lineal según el cual el nuevo medio supera al anterior o inaugura un nuevo espacio cultural. Los nuevos resignifican a los anteriores, y las audiencias, en esta relación compleja e interdependiente que establecen con los medios, recuperan viejas prácticas en nuevos envases. La relación entre texto principal y comentario ha atravesado diversos hitos a lo largo de

la historia, pero ha mantenido un espíritu similar: la necesidad – como lectores – de dejar nuestra huella sobre lo que leemos. Las herramientas van cambiando, pero la práctica permanece: ya sea a través de comentarios escritos, imágenes o videos en primer plano; como audiencias necesitamos dotar de sentido aquello que leemos y vemos. El mundo es un lugar complejo y es primordial comprenderlo, muchas veces al punto de reírnos de él. Desde los marginalia medievales, previos a la imprenta de Gutenberg, hasta los videos de reacción, nos apropiamos de los textos, jugamos con ellos y compartimos nuestras interpretaciones. La cultura participativa ha significado una apertura sin precedentes en ese sentido y, más allá del estatus de calidad de lo que vemos, del canon de lectura que está en crisis y de las condiciones económicas de acceso o las restricciones que imponen las plataformas de software, *leemos con otros*. Ya se trate de textos escritos, visuales o sonoros, el sentido de lo que comentamos está en que lo vamos a compartir.

## Referencias

- ALBARELLO, F. (2019). *Lectura transmedia: leer, escribir, conversar en el ecosistema de pantallas*. Buenos Aires: Ampersand.
- ALBARELLO, F. (Ed.) (2022). *Mutaciones: hábitos de información estudio de jóvenes en universidades argentinas*. Rosario: UNR Editora. <https://n9.cl/ibng3>.
- BAKHTIN, M. (1986). *Problemas de la poética de Dostoievski*. México: C. E.
- BARTHES, R. (1980). *S/Z*. México: Siglo XXI.
- BLISS, L. Y NANSEN, B. (2023). Reaction Media: Archeology of an Intermedium. *Television & New Media*, 24 (7), 751-769. <https://doi.org/10.1177/15274764221134520>.
- BOLTER, J. D. Y GRUSIN, R. (1996). Remediation. *Configurations*, 4 (3), 311-58.
- BOLTER, J. D. (2001). *Writing Space: The Computer, Hypertext, and the Remediation of Print*. Nueva Jersey: Lawrence Erlbaum Assoc.
- BURBULES, N. Y CALLISTER, T. (2001). *Educación: riesgos y promesas de las nuevas tecnologías de la información*. Barcelona: Granica.
- CASTELLS, M. (2001). *La galaxia Internet*. Barcelona: Plaza & Janés Editores.
- CHARTIER, R. (1995). *El mundo como representación. Historia cultural: entre práctica y representación*. Barcelona: Gedisa.
- DERRIDA, J. (1971). *De la gramatología*. México: Siglo XXI.

- Eco, U. (1980). *El nombre de la rosa*. España: Lumen.
- Eco, U. (1992). *Obra abierta*. España: Planeta.
- FOUCAULT, M. (2001). *La arqueología del saber*. México: Siglo XXI.
- GUTIÉRREZ CARBAJO, F. (1997). El intento de la novela multimedia. En J. Romera Castillo, F. Gutiérrez Carbaajo y M. García-Page (eds.), *Literatura y multimedia* (pp. 195-205). España: Visor.
- JAKOBSON, R. (1985). Lingüística y poética. En *Ensayos de lingüística general*. España: Planeta-Agostini.
- JENKINS, H. (2003). Transmedia Storytelling. Moving characters from books to films to video games can make them stronger and more compelling, *Technokogy Review*. <https://n9.cl/i1gz9>.
- JENKINS, H. (2008). *Convergence Culture. La cultura de la convergencia de los medios de comunicación*. Barcelona: Paidós.
- KIM, Y. (2015). Globalization of the privatized self-image: The reaction video and its attention economy on YouTube. En L. Hjorth y O. Koo (Eds.), *Routledge handbook of new media in Asia* (pp. 345-354). Oxon: Routledge.
- KRISTEVA, J. (1984). *El texto de la novela*. Barcelona: Lumen.
- LANDOW, G. (1995). *Hipertexto. La convergencia de la teoría crítica contemporánea y la tecnología*. Barcelona: Paidós.
- LÉVY, P. (2001). *Cibercultura*. Santiago de Chile: Dolmen.
- LORENZANA, J. A. (2022). Queer recognition and politics on YouTube: the circulation of Filipino Miss Universe fans' reaction videos. *Asian Journal of Communication*, 32 (5), 417-433. <https://doi.org/10.1080/01292986.2022.2063913>.
- MCDANIEL, B. (2021). Popular music reaction videos: Reactivity, creator labor, and the performance of listening online. *New Media & Society*, 23 (6), 1624-1641.
- MCLUHAN, M. (1994). *Comprender los medios de comunicación. Las extensiones del ser humano*. España: Paidós.
- MORENO HERNÁNDEZ, C. (1998). Literatura e hipertexto: nuevos medios para viejas ideas. En J. Romera Castillo, F. Gutiérrez Carbaajo y M. García-Page (Eds.). *Literatura y multimedia* (pp. 249-257). España: Visor.
- ONG, W. (1994). *Oralidad y escritura. Tecnología de la palabra*. México: Fondo de Cultura Económica.
- PARIKKA, J. (2013). *What is Media Archaeology?* Hoboken, NJ: John Wiley & Sons.
- PATERNAIN, M. (1997). Teorías que avalan el concepto de autor en el hipertexto. En J. Romera Castillo, F. Gutiérrez Carbaajo y M. García-Page (Eds.). *Literatura y multimedia* (pp. 297-302). España: Visor.

- PISCITELLI, A. (2011). *El paréntesis de Gutenberg, La religión digital en la era de las pantallas ubicuas*. España: Santillana.
- SCOLARI, C. (2013). *Narrativas transmedia: cuando todos los medios cuentan*. Barcelona: Deusto.
- SCOLARI, C. (Ed) (2015). *Ecología de los medios. Entornos, evoluciones e interpretaciones*. Barcelona: Gedisa.
- SCOLARI, C. (2018). *Las leyes de la interfaz: diseño, ecología, evolución, tecnología*. Barcelona: Gedisa.
- SHIRKY, C. (2008). *Here Comes Everybody. Revolution doesn't happen when society adopts new technology, it happens when society adopts new behaviors*. Londres: Penguin Books.
- SINCA, Sistema de Información Cultural de la Argentina (2023). *Encuesta Nacional de Consumos Culturales 2013-2023*. Resultados provisionales, mayor de 2023. Ministerio de Educación. [https://n9.cl/ies\\_01](https://n9.cl/ies_01).
- SUNNYV2, (2022, 21 de junio). The Failure Of The Fine Brothers. [YouTube]: <https://n9.cl/aj40aq>.
- SWAN, A. L. (2018). Transnational Identities and Feeling in Fandom: Place and Embodiment in K-pop Fan Reaction Videos. *Communication Culture & Critique*, 11, 548-565.
- TOFFLER, A. (1980). *La tercera ola*. España: Plaza & Janés.
- VOUILLAMOZ, N. (2000). *Literatura e hipermedia*. España: Paidós.
- WE ARE SOCIAL (2023, 26 de enero). The changing world of digital in 2023. <https://n9.cl/pomrn>
- WE ARE SOCIAL (2025, 5 de febrero) Digital 2025. Your ultimate guide to the evolving digital world. <https://n9.cl/jjazp>