

¿AUTOPSIA A LA TELEVISIÓN? DISPOSITIVO Y LENGUAJE EN EL FIN DE UNA ERA _____

Mario Carlón

Este artículo se iba a llamar “Sobre el fin de la televisión (versión re-cargada)” e iba a ser la reescritura de un trabajo que había tenido una amable recepción entre mis amigos (muchos de ellos participan con trabajos en este volumen)¹. Sin embargo, como en un sueño, una imagen empezó a obsesionarme. Esa imagen, titulada *La lección de los medios*, nos muestra a Cacho Fontana, Alberto Olmedo, Raúl Portal y Lalo Mir asumiendo roles de los personajes de la célebre *La lección de anatomía del Dr Tulp*, de Rembrandt (1632). Sólo que en vez de a un cadáver están por hacerle, pareciera, una *autopsia* a la televisión. Como esa imagen no sólo me obsesiona desde hace días sino, también, me subleva, este artículo ha cambiado de título y en varias partes su desarrollo. Es decir, debió ser re-escrito una vez más. Espero que lo que se presenta a continuación justifique esta introducción.

1. El fin de la televisión en la época del fin del arte, del cine, la historia y la sociedad

En una época en la que se ha anunciado el fin del arte (Danto 1999 [1997]), del cine (Cerchi Usai, 2005; Sontag (2007 [2001])),

¹ Se publica aquí una versión que contiene una serie de ajustes y ampliaciones a la que fuera escrita en marzo 2008 y publicada en el Catálogo de las Jornadas MEACVAD: *Artes y medios audiovisuales: un estado de situación II. Las prácticas mediáticas pre-digitales y post-analógicas* (ed. Jorge La Ferla), MEACVAD 2008.

de la historia (Fukuyama, 1992 [1992]) e, incluso, de lo social (Baudrillard, 2005 [1978]), no debería llamarnos la atención que, finalmente, también le haya llegado su turno a la televisión. Por supuesto que el anuncio, como los otros, no deja conforme a todos ¿El fin de la televisión? Pero ¿a qué se refieren? ¿Acaso no ven la importancia que la televisión posee aún en nuestra globalizada vida social y, aún más, en cada cultura local? Este artículo, que no se privará de realizar sus propias proposiciones sobre el tema, no ignora que la televisión aún titila en nuestros hogares. Y que sigue generando, si la comparamos con otros fenómenos mediáticos, audiencias insólitas en nuestra historia social. Pero más allá de estos reconocimientos intentará dar cuenta de lo que *nos dicen los anuncios sobre el fin de la televisión*. Porque parte de la convicción de que esos anuncios, como los otros, no son ingenuos ni se acumulan casualmente en nuestra época: ayudan a dar cuenta de un estado de situación.



En *La lección de los medios*, representantes de distintos momentos de la historia de la televisión argentina acompañan y, podría decirse, participan, de la autopsia. Se encuentran presentes, un referente de Paleo TV (Cacho Fontana), uno de la Neo TV (Alberto Olmedo) y dos de la Meta TV (Raúl Portal y Lalo Mir, históricos conductores de *Perdona Nuestros Pecados* y *Las patas de la mentira*).

2. El fin de la televisión y el sentido común

Uno de los aspectos atractivos del debate sobre el fin de la televisión es que constituye uno de esos temas en los que la ciencia, o los estudios académicos, parecen tomar la delantera al sentido común. Lo explicamos: una de las actividades más corrientes de la actividad científica consiste en ir detrás de acciones que, de un modo u otro, realiza la sociedad. La tarea a llevar a cabo, generalmente, es tratar de explicar por qué ocurrieron ciertos acontecimientos históricos y no otros, qué significado tienen, por qué la sociedad cambia de hábitos y consumos o adoptó un determinado sistema de lenguajes y abandonó uno anterior, etc. No sucede lo mismo con los anuncios sobre el fin de la televisión, que si bien parten de un diagnóstico constituyen en cierta forma una predicción, porque se adelantan a lo que vendrá y sorprenden al sentido común. Encontramos aquí, entonces, una primera razón acerca de por qué *La lección de los medios* me subleva. ¿Pueden Cacho Fontana, Alberto Olmedo, Lalo Mir y Raúl Portal, aunque signifiquen cosas tan distintas en la historia de la televisión, hacerle una autopsia al medio? De ninguna manera: como los espectadores, los sujetos mediáticos no pueden pensar seriamente, en la situación actual, el fin de la televisión.

Ahora, continuando, la tarea predictiva, como es sabido, no es fácil. Siempre podremos recordar lo expresado por Arthur Danto: “Aunque parezca una ventana a través de la cual pueda verse lo que vendrá, el futuro es una especie de espejo que sólo puede mostrar nuestro propio reflejo”. Pero Danto se refiere a las formas en que cada momento histórico imagina el futuro del arte² ejemplificando

² “Nada pertenece tanto a su propio tiempo como la incursión de una época en su futuro: Buck Rogers lleva al siglo xxi los lenguajes decorativos de la década de 1930, y hace suyos hoy el Rockefeller Center y el automóvil Ford; las novelas de ciencia ficción de la década de 1950 proyectan a mundos distantes la moral sexual de la era Eisenhower, así como el dry martini, y los tecnológicos trajes que visten sus astronautas proceden de las camiserías de dicha era. Si nosotros representáramos una galería de arte interplanetaria, en ella se expondrían obras que, por muy novedosas que parecieran, formarían parte de la historia del arte de la época en que existían tales galerías, de igual modo que la ropa con que vestiríamos a los espectadores remitiría a la reciente historia del traje” (Danto, 1995 [1984]).

con fenómenos como la moda y la moral, y hay razones de peso para pensar que una predicción tiene más posibilidades de cumplirse cuando buena parte de esa proyección se basa en la tecnología, más aún si esa tecnología ya existe y sólo falta (aparentemente, porque aquí intervienen lo *usos sociales*, que siempre abren interrogantes) que un ciclo que ya conocemos del capitalismo termine de cumplirse: que bajen los costos lo suficiente como para que la inalcanzable tecnología de hoy pueda llegar de forma masiva a los hogares. Así que, entonces, mejor tomemos distancia del sentido común y consideremos seriamente los anuncios sobre el fin de la televisión.

Creemos que hay, como mínimo, dos razones que nos permiten explicar la incredulidad que generan hoy estos anuncios. La primera es que esa proposición cuestiona la percepción que la sociedad posee de lo que está aconteciendo, porque está convencida de que la televisión ocupa aún un lugar dominante sobre los demás medios, es decir, que goza de muy buena salud. La segunda es que, por consiguiente, le cuesta entender qué significa exactamente el fin de la televisión. Por eso, aparecen enseguida ciertas preguntas cuestionadoras: ¿Fin de la televisión? ¿Pero quién lo dice? ¿No se dan cuenta de que mirar televisión sigue siendo la principal actividad mediática que la gente realiza en sus casas? ¿Y que comentar lo visto por televisión sigue siendo una importantísima actividad en oficinas, countries y reuniones sociales de todo tipo?

A partir de aquí trataremos de dar algunas respuestas a estas preguntas. Señalaremos, en primer lugar, aquello en lo que distintos autores han coincidido, para bosquejar un cuadro de situación. Nos detendremos en dos cuestiones principales, que con cierta frecuencia tienden a aparecer: ellas son, por un lado, la disolución del “objeto televisión” y, por otro, el relato sobre el fin, el relato sobre las etapas de la televisión, que para algunos ha llegado a su culminación. Como se verá enseguida, si bien se tratará de exponer estos temas por separado, primero uno y luego el otro, por momentos será imposible hacerlo, porque vienen juntos. Confiamos, sin embargo, en que el esfuerzo realizado dará sus frutos y que el lector podrá distinguirlos y seguirnos en nuestra exposición.

3. La disolución del “objeto televisión”

Los anuncios sobre el fin de un objeto tan complejo como la televisión — nombre bajo el cual se hace referencia a veces a un aparato, otras a una programación, en ocasiones a una práctica social hogareña y en otras a un negocio, etc.— nos introducen, inmediatamente, en la pregunta sobre el estatuto: cuando se hace referencia al fin de la televisión, ¿de qué se está hablando? La precisión es importante, no sólo porque puede suceder que distintos autores en diferentes oportunidades se refieran a cosas distintas, sino porque el grado de acuerdo o no que finalmente manifestaremos tener ya sea con un diagnóstico o con una predicción dependerá, principalmente, del nivel al que se esté haciendo referencia: como se verá más adelante, estamos bastante de acuerdo con que nos encontramos en la era en la cual probablemente haya comenzado el fin de la televisión como medio, pero mucho menos en su fin como lenguaje y dispositivo. En síntesis: dudamos de que estemos en condiciones, en este momento, de hacerle una autopsia a la televisión (si eso implica, por supuesto, hacérsela a un verdadero cadáver, sin ningún signo vital).

Aunque no suele ser dicha en estas palabras, la proposición acerca del fin de la televisión como *medio* es quizás una de las más recurrentes y consistentes. Aclarémoslo: la noción de medio, impuesta en el campo de la semiótica hace ya muchos años por Eliseo Verón, implica la articulación de un soporte tecnológico más una práctica social.³ Brindamos un ejemplo: cuando en “El siglo del cine” Susan Sontag hace referencia a la *muerte del cine* y pone el acento, por un lado, en el amor por el cine, en la cinefilia (“si la cinefilia ha muerto — concluye — el cine, por lo tanto, ha muerto” (Sontag, 2007 [2001]:143) y, por otro lado, en que ese amor sólo puede concretarse en la práctica de “ir al cine” porque incluso “ver una gran película sólo por

³ “Los medios: la televisión, el cine, la radio, la prensa escrita, etcétera. Desde mi punto de vista el concepto de “medios” designa un conjunto constituido por una tecnología sumada a las prácticas sociales de producción y apropiación de esta tecnología, cuando hay acceso público (sean cuales fueren las condiciones de este acceso por el que generalmente hay que pagar) a los mensajes” (Verón, 1997 [1994] :54).

televisión es como no haberla visto realmente" (139), a lo que está haciendo referencia, ante todo, es a la muerte del cine como *medio*: a un vínculo que se dio en una época en determinadas condiciones de expectación entre los espectadores y los filmes.⁴ ¿Diagnóstico o predicción? Podemos no estar de acuerdo con Sontag, pero para ella es algo que aconteció, por lo tanto, es un diagnóstico sobre algo ya sucedido.

Ahora, ¿qué comprende del fin de la televisión como medio? Y además ¿Es un diagnóstico o una predicción? Lo que este anuncio comprende es un conjunto de factores que, del lado del *soporte*, comienzan con el extraordinario *cambio tecnológico* al que asistimos prácticamente a diario, que está modificando la oferta y el acceso mediático a los discursos televisivos. Y que continúa, lo cual no es en absoluto menor, del lado de las prácticas sociales, con un cambio en la construcción de la *figura del destinatario* y de su práctica espectral, la cual, se anuncia, será cada vez más *interactiva*. Es un cambio que implica incluso una puesta en crisis de la noción de la televisión como *medio de masas* (enseguida lo veremos a través de la obra de quien según nuestro entender mejor ha formulado estas cuestiones, Eliseo Verón).

Comencemos por el cambio tecnológico y ciertas consecuencias que conlleva. Son muchos los autores que vienen destacando los efectos que las nuevas tecnologías tendrán sobre la televisión. En una entrevista publicada en el diario *Clarín*, "Auguran el final de la tv actual" Vint Cerf, uno de los creadores de Internet, expre-

⁴ Nos concentramos en este nivel para ejemplificar porque, en verdad, el anuncio sobre la muerte del cine de Sontag se realiza en base a un diagnóstico bastante completo, que abarca al cine como medio, como se acaba de mostrar; incluye un relato de la decadencia en tres fases ("parece como si el centenario del cine hubiera adoptado las fases de un ciclo vital: el nacimiento inevitable, la acumulación progresiva de gloria, y el inicio, durante el último decenio, de una decadencia ignominiosa e irreversible" (137) y comprende, también, una importante decepción sobre el rumbo que ha tomado el lenguaje cinematográfico ("la reducción del cine a una serie de imágenes agresivas, y su manipulación sin escrúpulos (secuencias de planos cada vez más rápidas) a fin de acaparar más atención, ha producido un cine descarnado, superficial, que no exige la atención íntegra de nadie" (139).

sa que "pronto la mayoría verá la televisión a través de Internet: una revolución que puede significar el final de los canales tradicionales en favor de nuevos servicios interactivos". Alejandro Piscitelli, en un artículo al cual volveremos, "Paleo-, Neo y Post-televisión", expresa que "el sistema que suplantará a la televisión será la telecomputación: computadoras personales adaptadas para el procesamiento de video y conectadas a través de la fibra óptica a todas las telecomputadoras del mundo" (Piscitelli, 1995: 22). Y Javier Pérez de Silva (2000), en *La televisión ha muerto* señala como dos causas de ese fallecimiento al hecho de que *muere la forma actual de ver televisión y muere también el televisor*. La forma de ver porque "el público va a ser capaz de decidir qué y a quiénes quiere ver, cuándo, cómo y dónde le da la gana. Y además, podrá interactuar con un aparato que hasta ahora era únicamente unidireccional" (19). Y el televisor porque "los esfuerzos van encaminados a fusionar el PC y el televisor en un aparato inteligente" (19). ¿Diagnósticos o predicciones? Un poco y un poco. Estas posibilidades ya están prácticamente golpeando a la puerta, pero recién comenzamos a ver actuar a la sociedad.

Lo que se anuncia, entonces, es que la *revolución tecnológica* a la que estamos asistiendo va camino a traer el fin del aparato televisor, que va a ser reemplazado por la expectación en una nueva máquina, pantalla síntesis de la oferta televisiva y de las posibilidades, incluso interactivas, que la computación e internet han traído a nuestra experiencia cotidiana compartida. Es un cambio que, se supone, pondrá en crisis a los canales tradicionales, porque se podrá ver televisión a través de sitios específicos y que, como abrirá definitivamente las puertas de la interactividad, empezará a poner cierto fin a la era de emisión centralizada: "En rigor la defunción de la televisión es solidaria de un cambio paradigmático mucho más significativo: el de la centralización" (Piscitelli, 1995: 22).

Todo esto forma parte del análisis de *Eliseo Verón*, quien se diferencia de los demás porque ha realizado una tesis más completa sobre el fin de la televisión. Por un lado, porque su diagnóstico destaca con precisión que en la historia de la televisión se ha producido un *desfase cada vez mayor entre la oferta y la demanda*, y que ese proceso

es el resultado final no sólo del cambio tecnológico, sino, también, *del desarrollo discursivo histórico de la televisión* (como veremos Verón, apoyándose en Umberto Eco, ha estructurado un relato de esa historia en tres etapas, la última de las cuales constituye su culminación). Por otro, porque a partir de ese diagnóstico ha formulado dos predicciones más precisas de gran importancia: una, acerca del *fin de la televisión como medio de masas*, y otra, acerca del *fin de la programación*. Por eso, como su argumento sobre el fin no se limita al cambio tecnológico, sino que se concentra en aspectos que están ausentes en los demás autores (los demás, si construyen un relato es sólo implícito, a partir de la consideración de ese factor⁵), dedicaremos a las proposiciones de Verón un espacio específico en el marco de este artículo.

3.1. La tesis de Eliseo Verón: un relato sobre el fin de la televisión como medio de masas

Si la televisión es un medio, como acabamos de ver, ese soporte tecnológico específico debe articularse con una práctica social también específica. La práctica social que por mucho tiempo se articuló con la televisión la convirtió, como sabemos, en el medio de masas por excelencia. Uno de los aportes que a esta discusión realizó Eliseo Verón ha sido su señalamiento de que ese estatuto parece haber llegado a su fin. Como a esa situación no se llegó de un día para otro, sino a través de un proceso, volvamos entonces sobre la cuestión de las etapas históricas de la televisión, es decir, sobre su *relato*, porque nos permitirá explicar mejor el conjunto de cuestiones en las que nos deseamos detener.

Para establecer su relato Verón parte, como adelantamos, de una distinción establecida por Umberto Eco. En 1983 Eco publicó un trabajo de gran influencia en los estudios semióticos: "TV: la transparencia perdida" (Eco, 1994 [1983]: 200-223). Planteaba entonces que la televisión había dejado atrás su etapa inicial, denominada Paleo-TV y que había comenzado una nueva, la Neo-

TV. En la Paleo-TV, la televisión se presentaba como una *ventana abierta al mundo*, construyéndose enunciativamente transparente (apoyada, según nuestro entender, no sólo en el hecho de que la Institución Emisora estaba oculta sino, también, en el nuevo poder *representativo y presentativo* que instauró en la vida social la toma directa). Como luego precisaron otros estudios⁶, la Paleo-TV instauró un contrato didáctico, pedagógico, basado en un modelo de educación cultural y popular, y se dirigía a un público masivo a través de una grilla de programación clara, con escansiones fijas. Esa grilla, por un lado, establecía una sucesión de programas que poseía, cada uno, un contrato específico (separación neta entre ficción, deportes, programas culturales, entretenimientos, sin *mezcla de géneros*) y, por otro, convocaba a públicos específicos (programas para niños, ancianos, de música, de animales, etc.). Fue un modelo muy exitoso, podríamos decir hoy, porque se caracterizó, como luego precisó Verón, por la extrañeza de la oferta: hubo, en ese período, un mínimo desfase entre la oferta y la demanda: fue el período más pleno de la televisión como medio de masas.

Con la Neo-TV la televisión cambia, como sintetiza el título del trabajo de Eco, su contrato enunciativo: dejó de ser "transparente" y pasó a ocuparse menos del referente, dado que "cada vez habla menos (como hacía o fingía hacer la Paleo TV) del mundo exterior. Habla de sí misma y del contacto que está estableciendo con el público" (Eco, 1994 [1983]: 200-201). Se produce un cambio: el acento deja de estar puesto en el enunciado y pasa a ponerse en la enunciación. Se formula esta distinción en el período en el que se funda la idea de que los medios *producen sentido*, y de que a través de esa producción *construyen* los acontecimientos, antes que reproducirlos o representarlos. Es una concepción que en "TV: la transparencia perdida" Eco extiende prácticamente al conjunto de la programación televisiva, como vamos a ver enseguida, y que aplica, incluso, a los discursos producidos por la toma directa. Y es una formulación razonable, sin dudas, porque es evidente que hay producción

⁵ Entre estos autores, el que sí atendió a un relato, el de Umberto Eco sobre Paleo y Neo TV, es Alejandro Piscitelli, en el texto ya citado.

⁶ Nos referimos principalmente al trabajo dedicado a las diferencias entre Paleo y Neo TV de Casetti y Odin (1990).

de sentido en el discurso del directo televisivo; pero problemática también, como vamos a constatar, porque cuando es expuesta en forma radical enuncia que “todo es construcción de sentido”, y tiende a debilitar la especificidad del discurso del directo televisivo, el de mayor poder *representativo* y *presentativo* que Occidente en su historia generó. En los próximos ítems, cuando nos ocupemos del lenguaje y del dispositivo, volveremos sobre esta cuestión, porque es imposible considerar los períodos de la historia de la televisión sin atender a los modelos teóricos que tenían vigencia cuando esa distinción fue postulada. Y porque uno de los problemas que enfrentamos hoy, como lo veremos enseguida, es que este constructivismo (más allá de los autores que lo formularon e incluso más allá de los estudios semióticos), al que podemos caracterizar *radical*, resiste actualmente las consecuencias que se derivan de los estudios más importantes de estos últimos años: los desarrollados en las semióticas particulares sobre la *indicialidad* y sobre los distintos *dispositivos* productores de sentido con los cuales cotidianamente nos contactamos (en particular, el fotográfico, y los que generan, como el directo televisivo, discursos que *contienen tiempo*).

Pero no nos apresuremos. Continuando con la Neo TV, se postuló entonces que en este período se produce un centramiento en la Institución Emisora que se articuló con un abandono del contrato pedagógico por uno más simétrico, de fuerte interpelación al espectador. Este cambio vino acompañado, como también comprobaron Casetti y Odín (1990), de una modificación en la programación: la grilla se deshilacha, los géneros se mezclan, se pierde la interpelación de cada programa a un destinatario claramente delimitado para dirigirse genéricamente a “la familia”, se imponen la coloquialidad, los *talk shows*, los programas ómnibus y empieza a tener efectos la retórica más vertiginosa y fragmentada de los video clips. Hasta aquí esta periodización, que es retomada por Verón, pero también por Piscitelli y que está bastante consensuada en los estudios semióticos a nivel internacional (se sostiene que algo similar sucedió primero en Estados Unidos en la televisión privada y luego en Europa, y que un desarrollo semejante sucedió en América Latina).

Ahora bien, según el diagnóstico que Verón posee de la situación actual, hemos entrado en una nueva etapa. En primer lugar, porque la televisión ha dejado de centrarse en sí misma (fin de la Neo TV) y ha comenzado a hacerlo en el destinatario, tanto a nivel discursivo (el “síntoma”, dice Verón, son los *realities shows*) como gracias a las nuevas tecnologías, que han comenzado a colocar al espectador en un lugar central. En segundo lugar porque considera, y esta es una predicción, que vamos camino a una crisis definitiva de la programación. En tercer lugar, porque producto de la articulación de estos distintos factores, considera que vamos (o ya nos encontramos) en el momento de máxima divergencia entre oferta y demanda, es decir, en el verdadero fin de la televisión como medio de masas⁷. En consecuencia, Verón entiende que la escena histórica de expectación ha entrado en una crisis definitiva y predice que va a desaparecer⁸: “La televisión, ese fenómeno ‘masivo’ que conocimos, materializado en ese mueble entronizado en el living-room de nuestras casas, que activaba la socialidad familiar, etc., está condenada a desaparecer” (Verón, 2007: 33)

⁷ Expresado por Verón (2007): “Pero el tiempo histórico de esos cincuenta años de televisión tiene una lógica interna que culmina, me parece, en la muerte de la televisión que conocimos. La “pantalla chica” no es sólo cada vez más grande, sino que además deja de ser un espacio faneroscópico, como diría Peirce, para transformarse en una superficie operatoria multi-mediática controlada por el receptor. Habrá siempre, por supuesto, múltiples productos audiovisuales (los medios son, antes que nada, un mercado), pero no habrá más programación. Esa superficie operatoria abarcará todo: información, entretenimiento, computación, telefonía, comunicación interpersonal. Conoceremos pues la convergencia tecnológica que el Internet Protocol hace posible, y que coincide, paradójicamente, con la máxima divergencia entre oferta y demanda en la historia de los medios.”

⁸ Carlos Scolari (2008 [2006]) advierte también sobre esta situación cuando señala que “se perfila un nuevo tipo de consumo televisivo caracterizado por una recepción fragmentada, ubicua y asincrónica: un programa diferente en cada aparato a la misma hora. Esta imagen rompe con 50 años de televisión sincrónica y derriba más de una teoría sobre la pantalla chica. Pero el cataclismo teórico viene por el lado del más sutil y polémico teórico de la televisión. Al fragmentarse el consumo televisivo en miles de situaciones individuales, donde cada usuario tiene acceso a un programa diferente — tal como sucede con la World Wide Web — estalla el concepto de *aldea global* de McLuhan” (77-78).

Estos tres fenómenos caracterizan a esta tercera etapa y constituyen, básicamente, la muerte de la televisión de acuerdo al diagnóstico más completo, el de Eliseo Verón. En el próximo ítem nos detendremos en lo que sucede, según nuestro entender, con la televisión como *dispositivo y lenguaje*, que presenta una situación singular, si se quiere sorprendente, que nos obligará a reflexionar nuevamente, y en cierto modo desde otro ángulo, sobre el fin de la televisión.

4. Predicciones sobre la televisión como dispositivo y lenguaje

La televisión tiene dos dispositivos y lenguajes: el grabado y el directo o *live*⁹. El directo (llamado así porque es el lenguaje de la toma directa), estuvo desde el origen y constituye el núcleo de lo televisivo: es aquello que lo diferenció de su ilustre antecesor, el cine. El grabado, es decir, la videograbación, aparecida a mediados de los años cincuenta (La Ferla, 2005: 50), enriqueció las posibilidades discursivas de la televisión, que a partir de entonces tuvo, a diferencia del cine, dos lenguajes, pero no le brindó una nueva especificidad:

⁹ La conceptualización del directo y el grabado como dispositivos y lenguajes diferentes contenidos en lo televisivo fue formulada en dos libros: *Sobre lo televisivo: dispositivos, discursos y sujetos* (Carlón, 2004) y *De lo cinematográfico a lo televisivo. Metatelevisión, lenguaje y temporalidad* (Carlón, 2006). La noción de lenguaje tiene, como sabemos, una larga historia. En el libro de 2006 fue retomada a partir de las formulaciones que para el cine realizó Christian Metz. También es de impronta metziana la noción de dispositivo, que dio origen al menos en dos países, Francia y Argentina, a un importante campo de estudios. En Francia, el resultado más relevante es el libro de Jean-Marie Schaeffer sobre el dispositivo fotográfico (Schaeffer, 1990 [1987]). En Argentina, impulsada por Oscar Traversa — quien fue discípulo de Metz — dio origen a distintos trabajos. Su lugar en los estudios sobre la radio fue determinado por José Luis Fernández en *Los lenguajes de la radio* (1994). Personalmente, influenciado por Schaeffer, la retomé en *Imagen de arte/imagen de información* en ese mismo año en el estudio de imágenes fijas (1994). Oscar Traversa sintetizó sus aportes en “Aproximaciones a la noción de dispositivo” (2001). Y Gustavo Aprea (2005) la retomó en los estudios sobre los documentales en “El documental audiovisual como dispositivo”.

el directo es la extraordinaria novedad que en el siglo XX instauró la televisión.

Lo interesante de detenernos en estos dos dispositivos y lenguajes en la era del fin de la televisión reside en que probablemente termine de advertirse hasta qué punto son diferentes. Si las predicciones son correctas podríamos decir que el grabado, cuya esencia no es televisiva, va a perecer, se va a sumergir en el fin de la televisión: este probable devenir es uno de los aspectos que provocan hoy los anuncios sobre el fin de la televisión. Cuando se nos dice que “el público va a ser capaz de decidir qué y a quiénes quiere ver, cuándo, cómo y dónde le de la gana” (Pérez Silva), sabemos muy bien de qué se nos habla: de emisiones que pueden descargarse, ya grabadas (lo dice claramente Cerf: “El 85% de todo el material de video que vemos está pregrabado, por lo que uno puede preparar el propio sistema para hacer las oportunas descargas a voluntad”). Si hay una televisión que va a morir, que va a hacer entrar en una crisis definitiva a la programación podemos predecir que es la del grabado, disponible siempre al espectador (porque el grabado es el lenguaje del “cine” — dejemos por un momento de lado la diferencia de soporte material — dentro de la televisión¹⁰).

En cambio, algo distinto, podemos también predecir, va a suceder con el directo, que surgió como lenguaje “audiovisual” en lo televisivo y que, al menos en dos sentidos, va a resistir. Por un lado, va a seguir generando discursos masivos (e incluso globales) a través de transmisiones de acontecimientos y eventos, ya sea de la historia política, del deporte, del espectáculo o de aquello que en un futuro la sociedad considere de valor. Por otro, se mantendrá intacto como lenguaje, obligando al sujeto espectador, no importa en qué pantalla lo vea (en un teléfono, en un LCD, etc.) a movilizar los mismos *saberes técnicos*,

¹⁰ Por ejemplo, es perfectamente posible que descarguemos de las diferentes productoras — desde Sony hasta las independientes más chicas — sus productos previo pago (o no) y que las veamos cuando nos plazca, en cualquier soporte, desde la pantalla de la computadora al teléfono, sin ser en esos momentos partes de una audiencia masiva.

*discursivos y sobre el mundo*¹¹ que obligó a poner en juego al primer sujeto espectador televisivo para ser comprendido: podremos creer, entonces, que no estamos viendo televisión, pero nos vamos a equivocar; en términos discursivos estaremos asistiendo, una y otra vez, a su extraordinaria novedad. Es decir: acerquen oxígeno porque ese cuerpo todavía palpita. No extraigan, todavía, ese riñón.



Esta segunda imagen ilustra mejor la situación actual. El dispositivo y el lenguaje del directo no están listos para recibir una autopsia, conciben demasiado nuestra atención. Conflictos como el que se produjo entre el campo y gobierno en 2008, que culminó con la transmisión en directo del voto del Vicepresidente de la Nación Julio Cobos a favor del campo, lo demuestran ampliamente. La televisión puede morir como medio, pero su dispositivo y lenguaje no.

¹¹ Se apela aquí a la noción de saber lateral, desarrollada por Jean-Marie Schaeffer (1990 [1987]) en su libro dedicado al dispositivo fotográfico. Uno de los *saberes* que la expectación de discursos televisivos en directo convoca es, sin dudas, el del montaje (que hizo su pasaje desde lo cinematográfico). Lamentablemente carecemos, hasta donde sabemos, de estudios que se hayan ocupado de dar cuenta de las diferencias entre el montaje cinematográfico (grabado) y el del discurso del directo televisivo. Personalmente intenté realizar un aporte en *De lo cinematográfico a lo televisivo. Metatelevisión, lenguaje y temporalidad* (Carlón, 2006).

5. Discusión sobre la periodización Paleo-Neo TV y sobre la predicción acerca de la supervivencia del lenguaje y el dispositivo del directo televisivo. *Constructivismo radical y Neo TV*

Pero detengámonos un momento en todo lo que venimos exponiendo y consideremos dos preguntas que, a esta altura de nuestra exposición, no podemos dejar de vincular. Primero: ¿hasta qué punto podemos hoy, en el estado de nuestros conocimientos, fundamentar y consensuar la predicción que acabamos de formular? Y segundo: ¿qué lugar ocupa el dispositivo y el lenguaje del directo, es decir, el generador del discurso más específico del medio, en la historia de la televisión? Son preguntas claves, porque nos obligarán a volver sobre el estatuto del discurso del directo y, también, a revisar qué lugar le brindó Eco (quien fue el primero en estudiar desde una perspectiva semiótica a la toma directa como discurso específico de la televisión), en su periodización. Es un examen que nos obligará, además, a examinar bajo qué paradigma teórico fue formulada la distinción entre Paleo TV y Neo TV que alcanzó semejante consenso a nivel internacional.

El discurso de la toma directa ocupa un lugar fundamental en “TV: la transparencia perdida”, el escrito en el que Eco, como ya lo señalamos, distinguió a la Paleo de la Neo TV (Eco, 1994 [1983]). En ítems centrales de su ensayo, “Estoy transmitiendo, y es verdad” y en “La puesta en escena”, Eco se detiene en las transmisiones en directo. Sostiene que se ha producido un cambio trascendental:

... en la última década el directo ha sufrido cambios radicales respecto a la puesta en escena: desde las ceremonias papales hasta numerosos acontecimientos políticos o espectaculares, sabemos que tales acontecimientos no se hubieran concebido tal como lo fueron de no mediar la presencia de las cámaras de televisión. Nos hemos ido acercando cada vez más a una predisposición del acontecimiento natural para fines de la transmisión televisiva (215).

Los ejemplos que brinda Eco son célebres, en particular su descripción de la boda del Príncipe Carlos (todavía no era tan famosa

Lady Diana). Eco compara esta transmisión con la que había analizado años antes, en “El caso y la trama” (1985 [1962]), de la boda entre Rainiero III de Mónaco y Grace Kelly. Y lo que encuentra es que en los inicios de la televisión “el acontecimiento se desarrolló verdaderamente por su cuenta y al director televisivo sólo le quedó *interpretarlo*” (215), mientras que en el caso de la transmisión de la boda del Príncipe Carlos y Lady Diana “toda la construcción simbólica estaba ‘predeterminada’ en la puesta en escena previa” (217-218). Esta observación lo lleva a concluir que “la interpretación, la manipulación y la preparación para la televisión precedían la actividad de las cámaras. El acontecimiento nacía ya como enteramente ‘falso’, dispuesto para la toma” (218).

Hay varias cuestiones para tratar aquí, así que avancemos meticulosamente. El señalamiento de que tras veinte años de historia de la televisión cierto tipo de acontecimientos aparecían cada vez más “construidos”, con puestas en escena cada vez más acabadas, parece totalmente justificado. Y, por sobre todo, parece justificada la voluntad desmitificadora de Eco, que advierte al sentido común acerca de la construcción que a veces domina a las transmisiones en directo, a través de estrategias de puestas en escena que deben haber impresionado fuertemente a quienes por esos años estaban escribiendo trabajos fundamentales en la historia de los estudios sobre televisión. La denuncia de Eco de que esas transmisiones fueron manipuladas debe leerse, creemos, en esta clave interpretativa.

Dediquemos ahora un momento a examinar el paradigma teórico desde el cual Eco formula no sólo esta lectura de las transmisiones en directo sino a la Neo Tv. Su lenguaje ha cambiado sustancialmente, si lo comparamos con sus escritos de la década del 60, cuando postuló que la toma directa era un *medio de expresión* debido a que a través de ella podía expresarse el director¹². En 1983 Eco había escrito ya, por ejemplo, *Lector in fábula. La cooperación interpre-*

¹² Expresa Eco (1995 [1964]): “Si es típico del arte elaborar un material bruto de experiencia para convertirlo en una organización de datos tal que refleje la personalidad del propio autor, la toma directa de televisión contiene *in nuce* las coordenadas esenciales del acto artístico” (310).

tativa en el texto narrativo (1999 [1979]), en el que había propuesto un modelo de análisis enunciativo. Y la distinción entre Paleo TV y Neo TV aparece formulada, principalmente, en este nivel. Creemos que este hecho es el que le permitió a su distinción tan importante reconocimiento internacional: debido a que estuvo formulada a nivel enunciativo, no recayó en los contenidos, que es el nivel en el que más varían las programaciones nacionales entre sí.

Pero hay algo más acerca de su paradigma teórico. Siguiendo una tendencia que, ahora sí, ya estaba en sus escritos iniciales, Eco adopta una posición que podemos denominar *constructivista radical*. ¿Que es el constructivismo radical, a qué nos referimos? Es aquel que cree que, siempre, lo más importante es que en los discursos hay construcción (o al menos que este aspecto es siempre el dominante, el que define el sentido del enunciado). De hecho, como lo adelantamos, el constructivismo, cuando es formulado radicalmente, tiende a concebir, aunque sea de forma implícita, que “todo es construcción” o que “lo importante, lo más importante, es que hay construcción” (se evidencia casi siempre en las conclusiones). Así, cuando recae sobre los discursos mediáticos tiende a sostener que los medios (en el caso de la televisión estamos hablando de la Institución Emisora) construyen íntegramente a los acontecimientos¹³. Eco lo expresa claramente, por ejemplo, cuando dice que la crisis que diluye la diferencia entre programas de información y programas de ficción en

¹³ No debe engañarnos el hecho de que, como acabamos de citar más arriba, en un momento de su exposición diga, por ejemplo, sobre la transmisión del casamiento entre Rainiero III y Grace Kelly que “el acontecimiento se desarrolló verdaderamente por su cuenta y al director televisivo sólo le quedó *interpretarlo*”. La posición constructivista dominó siempre en los escritos de Eco: en sus ensayos de la década del 60 había observado que lo que los demás no advertían era que en toda transmisión hay siempre montaje. Al poner acento ahora en la construcción de la puesta en escena podríamos decir que su posición constructivista terminó de completarse: hay constructivismo no sólo porque hay lenguaje sino, también, porque la escenas están construidas. Pero este rasgo no es sólo para Eco el más importante (aquel en el que realmente se centra), sino que es una verdad indiscutida, no es ocioso decirlo, en todos los análisis que se ocupan sobre discursos televisivos que conocemos: por ejemplo, no hay diferencias, en este nivel, entre sus escritos y las páginas que al directo televisivo le dedicó Jacques Derrida en *Ecografías de la televisión* (Derrida 1998 [1996]).

la Neo Tv “tiende cada vez más a implicar a la televisión en su conjunto transformándola de *vehículo de hechos* (considerado neutral) en *aparato para la producción de hechos*, es decir, de espejo de la realidad pasa a ser productora de realidad” (Eco, 1994 [1983]: 210)¹⁴. Y es este paradigma teórico, creemos, no sólo el que le permitió formular la distinción entre Paleo Tv y Neo Tv sino, también, alcanzar un consenso que, más allá de una serie de discusiones a las que la Neo Tv, en particular, ha sido recientemente sometida, se mantiene vigente más de treinta años después.

Pero este paradigma teórico, más allá de la verdad evidente que sostiene (que siempre hay, en todo discurso, algún tipo de construcción) y del hecho de que es especialmente fecundo para analizar un conjunto de discursos, como el grabado (televisivo y cinematográfico) o la escritura, se nos presenta insuficiente hoy para dar cuenta del discurso del directo televisivo. ¿Por qué? Porque la verdad es que las instituciones emisoras, cuando transmiten en directo, no construyen íntegramente a los acontecimientos. Hay aquí varias razones a atender.

En primer lugar que, más allá de algunos ejemplos que pueden darse (y que bajo otro paradigma, no el del constructivismo radical, deberían ser revisados) las “puestas en escena” prácticamente nunca son perfectas (como en la vida), dado que los acontecimientos se desarrollan en la vida social con lógicas que sólo en parte se corresponden con las estrategias de los actores sociales y, mucho menos, de las instituciones emisoras, por más poderosas que muchas de ellas sean. Por ejemplo: hoy es habitual ver que un acontecimiento político se está desarrollando e irrumpen, inesperadamente, militantes de otra orientación (como sucedió, por ejemplo, con la famosa visita del ex

¹⁴ La idea de que se estaba produciendo una disolución de las fronteras entre ficción y no ficción, típica del pensamiento posmoderno que por esos años influenció a Eco, fue interpretada muchas veces en forma literal, llevando a un escepticismo respecto a la fecundidad de esa distinción. Afortunadamente, no es una actitud que haya sido adoptada por todos: el reciente libro de Charo Lacalle (2008), *El discurso televisivo sobre la inmigración. Ficción y construcción de identidad*, dedicado a la ficción televisiva, es un buen ejemplo de que trabajar en base a esa diferenciación sigue constituyendo una empresa productiva.

Presidente De la Rúa al programa *Videomatch* en el que fue sorprendentemente interpelado por un militante que pedía por los detenidos de La Tablada que se encontraba entre el público; o en la intervención de Evangelina Carrozo organizada por Greenpeace en la cumbre Europa-América Latina de Presidentes en Viena en el 2006, en la que apareció repentinamente semidesnuda con un cartel en contra de las papeleras; o, incluso, como sucedió con el “zapatazo” que en el 2008 le arrojaron a George W. Bush en una conferencia de prensa en su gira por Irak). O, también, advertir cómo en las transmisiones en directo frecuentemente los accidentes se acumulan: los locutores cometen fallidos, un decorado se desploma o un jarrón se rompe, alguien entra por la puerta que no debe entrar y todos se distraen, o un Presidente (Menem) advierte en el estrado de la Bolsa de Cereales en el día de su 140 aniversario que ha traído para leer un discurso que trata de otro tema, etcétera. Todo esto, sin hacer referencia, además, a las veces en que el director de cámaras no alcanza a emitir al aire la toma que da cuenta desde el mejor ángulo el gesto trascendental, el que cambia el curso del acontecimiento (todos hechos absolutamente cotidianos, como se ha cansado de mostrarlo la Metatelevisión¹⁵).

En segundo lugar, porque un sinnúmero de acontecimientos sociales, políticos, deportivos, del mundo del espectáculo, etc., se desarrollan en plena interacción con la naturaleza, cuya acción es siempre imprevisible y se encuentra fuera del control, obviamente, de la institución emisora. Damos dos ejemplos drásticos, entre tantos que se podrían citar: una carrera de Fórmula 1 comienza e irrumpe la lluvia, y entonces no sólo todos deben cambiar de neumáticos, sino que cambia el favorito, que pasa a ser aquel que maneja mejor bajo la lluvia y tiene el auto que mejor responde en este nuevo escenario climático (aunque desde antes, el hecho de que no lloviera había condicionado ya al acontecimiento, haciendo que largaran todos los pilotos con neumáticos normales, etc.). O, también, supongamos que un acto político comienza y se desencadena una tormenta: la

¹⁵ Llamamos Metatelevisión a la “televisión sobre la televisión” (Carlón, 2006) un singular desarrollo de la televisión argentina desde inicios de los años 90. Hacia el final de este artículo volveremos sobre este tema.

performance del candidato dependerá del modo en que sea capaz de incorporar ese acontecimiento inesperado (si tiene experiencia o humor mostrará que sabe afrontar los imprevistos; si el hecho lo frustra o malhumora se mostrará como alguien que rápidamente pierde la calma, lo cual no es bueno para quien pretende representar y conducir a los demás, etc.).

Con todo lo señalado no queremos decir que lo sostenido por autores como Eco acerca de las “puestas en escena” no sea importante, dado que dio cuenta de un singular cambio que durante el período de la Neo TV parecen haber sufrido las transmisiones televisivas. Pero sí que ya no podemos brindarle al constructivismo radical el estatuto que hasta aquí le hemos otorgado en el análisis de un discurso como el del directo televisivo, porque hoy podemos advertir, claramente, que ese principio es, epistemológicamente, insuficiente. En el nuevo paradigma teórico que necesitamos cada día más desarrollar y consensuar, que nos permitirá explicar, entre otras cosas¹⁶, por qué el discurso del directo televisivo va a resistir la muerte de la televisión, el constructivismo deberá dejar de ser radical y tendrá que articularse con una perspectiva que, partiendo de un verdadero reconocimiento del lugar de la *indicialidad* en lo discursivo, atienda a dimensiones que el constructivismo radical excluyó o permanentemente trató de minimizar; como la *representación (automática) y la presentación*. ¿Por qué? Porque el constructivismo radical, para ser suficiente, debe aplicarse a discursos en los que sus condiciones de producción sean sólo sociales (es un modelo que, sin dudas, se presta mejor a discursos como el lingüístico o la historieta, que no poseen vínculo indicial con los referentes). Pero las condiciones de producción de discursos como el directo televisivo, que *contiene tiempo*, no sólo son sociales, son también *naturales y maquinísticas*. Es más, *es la dimensión maquinística, que ha puesto en el seno del discurso, en una nueva relación, naturaleza y sociedad*, la que se presenta clave para comprender su especificidad¹⁷. Permítasenos fundamentar lo que estamos postulando. ➤

¹⁶ Decimos entre otras cosas porque sólo este paradigma nos permitirá explicar, por ejemplo, por qué las transmisiones ocupan el lugar que ocupan en la globalización.

¹⁷ Estamos retomando aquí proposiciones formuladas en la Tesis de Doctorado (Carlón, 2008a) dirigida por el Dr. Jorge Baños Orellana.

6. Necesidad de consensuar un nuevo paradigma teórico: *construcción, representación (automática) y presentación*. Las condiciones de producción del discurso del directo televisivo: *sociales, maquinísticas y naturales*

Todos sabemos que la cámara televisiva y la cinematográfica son herederas de la fotográfica. Pues bien, lo propio de la *cámara fotográfica*, aquello que la diferenció de la pintura, es que *el maquinismo¹⁸ está realmente presente*: no sólo es un dispositivo que tiene incorporada la dimensión icónico-indicial, sino que nos ofrece una construcción espacial (la perspectiva, que en la pintura se presenta en cambio como resultado de una técnica, operación que se debe realizar cada vez en forma singular) de modo *automático*. Esto quiere decir que, mientras el discurso sea canónico (como lo es predominantemente el televisivo en su estado actual), la institución emisora no puede luchar contra los condicionamientos que le impone la cámara: *toda imagen que capte y emita al aire será de carácter icónico-indicial y ofrecerá una representación espacial “renacentista”¹⁹*. Este hecho impone ya una serie de condicionamientos a la institución emisora y a sus posibilidades constructivas: no sólo no puede ofrecer otras representaciones espaciales, diferentes de las que han sido dominantes en la historia visual de Occidente, *sino que tampoco puede evitar que la cámara, una vez encendida, denote todo lo que se pone frente a ella* (quiere decir, por ejemplo, que cuando en un noticiero se da paso en directo a un movilero, no se puede evitar registrar, también, todo lo que sucede atrás).

Pero no sólo se trata de esta cuestión, porque sucede además que *este discurso no es sólo representativo* (como lo son también el

¹⁸ Entendemos por *maquinismo* una serie de operaciones sociales productoras de sentido que se presentan de modo automático. Y por *técnica*, en cambio, una operación de carácter artesanal (Carlón, 2008b).

¹⁹ Este carácter es uno de los que hizo que la televisión pusiera en crisis, tras su emergencia, a la radio. Del mismo modo que la distribución hogareña y el hecho de que dispusiera de dos lenguajes, grabado y directo, pusieron en jaque al cine.

fotográfico y el cinematográfico), es también *presentativo*, es decir, que lo representado aparece *presentado, se despliega en la misma temporalidad que en la que se encuentra inscripto el sujeto espectador*. Este rasgo es clave: *sin él no hay toma directa*. Pero este rasgo no sólo le brinda un plus que lo diferencia del discurso del grabado, sino que *le impone una fuerte restricción a sus posibilidades discursivas*: la institución emisora no puede, por ejemplo, realizar *flashforwards*. ¿Por qué no puede? Porque para hacerlo debe esperar a que el tiempo pase, dado que no tiene secuencias “audiovisuales” de lo que está por venir²⁰. Este reconocimiento nos permite terminar de postular *la especificidad del discurso del directo televisivo*: es un discurso *presentativo* porque el *maquinismo* (la *toma directa*) se ha articulado con el *tiempo en su devenir*. ¿Y cuál es el estatuto de ese tiempo? Es un tiempo que no puede ni siquiera considerarse desde el constructivismo radical, porque no lo crea ni construye la institución emisora, su estatuto es diferente: *es el tiempo natural* (instaurador del *régimen de la vida*, en el que se encuentran en ese momento inscriptos todos, discurso, acontecimiento y sujeto espectador). Quizás pueda entenderse entonces mejor, ahora, lo que postulamos unos párrafos más arriba cuando decíamos que lo propio del discurso del directo televisivo es que la dimensión *maquinística* ha puesto en una *nueva* relación, en su seno, *naturaleza y cultura* (o mejor, *naturaleza y semiosis social*). Por eso este discurso, *resultado final del gran afán representativo que ha caracterizado a la historia visual de Occidente desde sus inicios, va a sobrevivir a una posible muerte de la televisión como medio*. Porque su novedad ha venido a entregarle una *experiencia inédita a sus sujetos espectadores*: la posibilidad de ser *testigos* de los principales acontecimientos de su propia historia en su *transcurrir*. No creemos que Occidente vaya a privarse de lo que tanto esfuerzo le costó desarrollar. Aunque sí podemos postular quién será la prin-

²⁰ En “De lo cinematográfico a lo televisivo. ¿El fin de una historia?” (Carlón, 2006), presenté un estudio de su sistema de montaje comparándolo con el del grabado sosteniendo que hay toda una serie de sintagmas que el directo no puede enunciar (en particular los que Metz llama *sintagmas acronológicos*) debido al condicionamiento que le impone el tiempo natural con el cual se ha articulado.

cipal víctima de este modelo teórico si algún día lo consensuamos: la noción de *audiovisual*, válida sólo para el sentido común y para diferenciar al par directo-grabado de otros lenguajes, pero absolutamente encubridora de las profundas diferencias que grabado y directo poseen.

7. Medio y dispositivo en los relatos sobre el fin de la televisión. El lugar de la *Metatelevisión*

En esta última parte deseamos volver sobre los relatos que anuncian el fin de la televisión e incluir en la reflexión un desarrollo propio de la televisión Argentina de estos últimos quince años. La consideración de esa tendencia, que en distintos estudios hemos denominado *Metatelevisión* (en adelante *Meta TV*), porque sus discursos se ocupan de otros programas antes que de sí mismos (la referencia es a programas como *Las patas de la mentira*, *Perdona nuestros pecados* y *Televisión Registrada*), nos permitirá realizar un análisis más completo y enriquecerá la discusión sobre el fin de la televisión con la que deseamos culminar este artículo.

Creemos que es notable lo que estos autores que han comenzado a postular el fin de la televisión y, más aún, Eliseo Verón, han realizado. Si la intervención de Umberto Eco en 1983, como ha expresado Verón, “sirvió como una primera toma de conciencia de que la televisión empezaba ya a tener una historia”, estos discursos han abierto una nueva dimensión, permitiéndonos empezar a pensar un tema que la sociedad aún no ha podido comenzar a elaborar porque sencillamente es, en la situación mediática actual, impensable. Difícilmente hubiéramos podido empezar a conceptuar el fin de la televisión sin la construcción de un relato sobre el fin. Debemos estar agradecidos por ello. No deberíamos asombrarnos si durante las próximas décadas estos relatos fueran convertidos en canónicos y estudiados y discutidos una y otra vez, como todo relato fundacional de un campo de reflexión, porque eso es lo que son. Pienso, sobre todo, en el de Eliseo Verón, quien ha postulado que esta tercera etapa es la final a partir de su convicción de que la historia de televisión tiene una *lógica interna* que se corresponde

con su lectura del modelo de Peirce. Y dada la importancia que le brindo a esta proposición, me gustaría, antes que lo empiecen hacer otros, aprovechar la oportunidad para realizar una primera reflexión sobre el tema. Es una reflexión sobre las características de ese relato a partir de los aportes que en este trabajo y en otros he presentado.

En primer lugar quisiera destacar que encuentro en el discurso de Verón no uno, sino dos relatos que están íntimamente vinculados entre sí. Uno de ellos es del fin de la televisión como medio masivo, el otro es el del triunfo del individualismo moderno²¹: según su articulación la televisión nace como medio masivo en la Paleo TV con una grilla de programación de fuerte pregnancia social ocupándose del mundo exterior; durante la Neo TV pasa a ocuparse de sí misma y empieza a entrar en crisis la grilla de programación; y en la tercera etapa la grilla de programación estalla como efecto de las nuevas tecnologías que ponen todo el poder en manos del espectador. Ese desarrollo, en el que el desfase entre oferta y demanda va creciendo, presenta un relato con "lógica interna": primero la televisión se ocupó del mundo exterior, luego de sí misma y finalmente del destinatario.

²¹ Como lo expresa en la entrevista que le realizara Scolari: "Los 'estudios de recepción', que dominaron la escena de la investigación en comunicación en ese mismo período (los últimos veinte años) fueron pensados en el contexto de un mercado esencialmente estable, en el que los productores de los medios eran también programadores del consumo. En ese contexto estable, los estudios mostraron sin embargo que el receptor no era un ente pasivo sino un receptor mucho más activo de lo que lo había imaginado la 'mass media research'. La situación en que estamos entrando es radicalmente diferente y nos obliga a repensar el concepto mismo de 'recepción', porque los procesos de consumo se vuelven mucho más complejos. El receptor no es meramente activo: será el operador-programador de su propio consumo multimediático. Desde un cierto punto de vista, podríamos decir que asistimos a la culminación natural, en el mercado de los medios, del individualismo de la modernidad. Como ya algunos autores lo han señalado, nuestras sociedades se transforman en post-mass-media societies. Creo que debemos estar contentos, aunque sin duda eso no simplifica los problemas de investigación de los que nos interesamos en la semiosis social" (Verón, 2007: 35-36).

En segundo lugar deseo señalar que no considero los aportes que en este trabajo y en otros he intentado presentar en las antípodas del diagnóstico y la predicción de Verón, sino más bien complementarios. ¿Por qué? Por un lado, porque no se pone en duda el fin de la televisión como medio: lo que se señala es que, a la vez, la gran novedad discursiva que la televisión instauró va a persistir, incluso más allá del televisor, gracias al poder *representativo* (espacial) y *presentativo* (temporal) del directo como lenguaje y dispositivo, que es algo distinto. Por otro lado, porque si bien se pueden tener dudas acerca de que la historia de la televisión tenga una lógica interna, no encuentro razones suficientes para refutar su formulación, ni siquiera sumando al análisis la Meta TV, no considerada por Verón. Uno podría decir, si incorporara la pervivencia del dispositivo, el lenguaje del directo y la Meta TV, que el relato entonces sería el siguiente: la televisión primero se ocupó del mundo exterior en la era de la Paleo TV, luego de sí misma, en la etapa de la Neo TV y la Meta TV (en la Neo TV cada programa empezó a exponer sus recursos productivos; en la Meta TV, ciertos programas se ocuparon de los recursos productivos de los demás) y, finalmente, se concentró en el destinatario o en el espectador. En este relato la televisión muere como medio de masas, pero no muere el directo como lenguaje y dispositivo, y tampoco lo hace su sujeto espectador.

Quisiera ahora, para terminar, realizar algunas observaciones sobre la Meta TV y su vínculo con el fin de la televisión, porque servirán para advertir que esta tendencia quizás no sea sólo significativa para la historia de la televisión local. Me pregunto si no podemos considerar a la Meta TV desde otro ángulo, si así como el *reality* es "síntoma" del fin de la televisión como medio, *la Meta TV no es un síntoma del fin de la televisión como lenguaje, del lenguaje del grabado televisivo*. En este sentido, me pregunto si *la Meta TV no representa ese momento en que la televisión llega a su autoconciencia*. Una autoconciencia de los recursos productores de sentido de la televisión, gracias a la cual puede tomar como objeto de referencia, como lo hace, a los otros programas. Una autoconciencia que termina por instalar a sus programas, aunque estén dentro de la programación, casi fuera de ella: en sentido estricto la Meta TV no hace ya programas de televisión, ha perdido la

fe en ellos. Sólo desde una posición *meta* que se construye *desde afuera* de la programación puede hacerse Meta TV del modo en que programas como *Perdona Nuestros Pecados* y *Televisión Registrada*, que toman como objeto a la programación en su conjunto, lo hacen. La pregunta que la Meta TV nos obliga a hacer, en este sentido, es semejante a la que a Verón le producen los *realities*: ¿Y ahora qué sigue? ¿Se puede hacer televisión después de Meta TV?

Si este es el estado de situación, más allá de la vida que seguirán teniendo las transmisiones de eventos, que mantendrán viva y exitosa a la extraordinaria novedad de la televisión, a la toma directa, incluso más allá del televisor, quizás podamos decir que vivimos en la época de varias predicciones sobre el fin: el fin de la televisión como medio de masas, el fin de la programación, y el fin del grabado como lenguaje propio de la televisión. No sé si ya es la hora de la autopsia, pero lo estoy viendo: ese cuerpo nos espera en la mesa de disección. Y a tomar cada uno su bisturí, porque si estos fines van a acontecer quiere decir que más que nunca es la hora de la teoría, de la semiótica, de la filosofía y de la historia; y que ha llegado la hora de empezar a discutir, finalmente, que significó ese increíble invento del siglo XX, la televisión.

Bibliografía

- APREA, Gustavo (2005): "El documental audiovisual como dispositivo", en Rinesi, Eduardo (ed.): *Política y cultura*, San Miguel, UNGS.
- BAUDRILLARD, Jean. (2005), "El fin de lo social", en *Cultura y simulacro*. Barcelona: Kairós.
- CARLÓN, Mario (2008a). *Toma directa, estetización y nuevas construcciones de los acontecimientos sociales* (Tesis de doctorado). Buenos Aires: inédita.
- _____ (2008b). "Maquinismo, naturaleza y sociedad en el discurso de las cámaras de informes climáticos y de control de tránsito por televisión", en *Cuadernos de Información y Comunicación* N° 13. Madrid: Universidad Complutense.

_____ (2008c), "Sobre el fin de la televisión", en *Artes y medios audiovisuales: un estado de situación II. Las prácticas mediáticas pre-digitales y post-analógicas* (ed. Jorge La Ferla). Buenos Aires: Aurelia Rivera.

_____ (2006), *De lo cinematográfico a lo televisivo. Metatelevisión, lenguaje y temporalidad*. Buenos Aires: la Crujía.

_____ (2004), *Sobre lo televisivo: dispositivos, discursos y sujetos*. Buenos Aires: La Crujía.

CASSETTI, Francesco y ODIN, Roger (1990), "De la paléo a la Néotélévision" en *Televisions mutations, Communications*, N° 51. (Traducción de María Rosa del Coto, Cátedra de Semiótica II, Carrera de Ciencias de la Comunicación, Facultad de Ciencias Sociales, UBA).

CERCHI USAI, Paolo (2001). *The death of cinema: history, Cultural memory and the digital dark age*. Londres: British Film Institute. (Trad. Esp.: (2005), *La muerte del cine*. Barcelona: Laertes).

CERF, Vint (2007). "Auguran el fin de la tv actual", entrevista a Vint Cerf, en *Clarín*, 28 de agosto.

DANTO, Arthur (1998) *After the end of the art. Contemporary Art and the Pale of History*. Princeton: Princeton University Press. (Trad. Esp. (1999), *Después del fin del arte (el arte contemporáneo y el fin de la historia)*. Barcelona: Paidós.

_____ "El final del arte", en *El paseante*, N° 22-23. Madrid: Ediciones Siruela.

DAYAN, Daniel y KATZ, Eliu (1992). *Media events. The live broadcasting of history*. Harvard University Press. (Trad. Esp. (1995), *La historia en directo. La retransmisión televisiva de los acontecimientos*. Barcelona: Gustavo Gili).

DERRIDA, Jaques (1996). *Échographies de la télévision*. Paris: Galilée. (Trad. Esp. (1998). *Ecografías de la televisión*. Buenos Aires: Eudeba).

FECHINE, Yvana (2008). *Televisao e presenta. Una abordagem semiótica da transmissão direta*. San Pablo: Estação das Letras e Cores.

LACALLE, Charo (2008). *El discurso televisivo sobre la inmigración. Ficción y construcción de identidad*. Barcelona: Omega.

LA FERLA, Jorge (2005). "Sobre Histoire(s) du cinéma y las relaciones entre el cine, el video y el digital", en *Jean-Luc Godard: el pensamiento del cine*, David Oubiña (comp.). Buenos Aires: Paidós.

LUHMANN, Niklas (2000). *La realidad de los medios de masas*. Barcelona: Antropos.

PÉREZ DE SILVA, Javier (2000). *La televisión ha muerto. La nueva producción audiovisual en la era de Internet: la tercera revolución industrial*. Barcelona: Gedisa.

ECO, Umberto (1999). *Lector in fábula. La cooperación interpretativa en el texto narrativo*. Barcelona: Lumen.

_____ (1995). "Apuntes sobre la televisión", en *Apocalípticos e integrados*. México: Tusquets.

_____ (1994), "TV: la transparencia perdida", en *La estrategia de la ilusión*. Buenos Aires, Lumen.

_____ (1985) "El caso y la trama (la experiencia televisiva y la estética)", en *Obra abierta*. Barcelona: Planeta-Agostini.

FUKUYAMA, Francis (1992) *The end of the history and the last man*. New York: Free Press. (Trad. Esp. (1992). *El fin de la historia y el último hombre*. Buenos Aires: Planeta).

PISCITELLI, Alejandro (1995). "Paleo-, Neo y Post- televisión", en *La metamorfosis de la tv*, Carmen Gómez Mont (ed.). México: Universidad Iberoamericana.

SCHAEFFER, Jean-Marie (1987). *L'image précaire du dispositif photographique*. Paris: Du Seuil. (Trad. Esp. (1990), *La imagen precaria (del dispositivo fotográfico)*. Madrid: Cátedra).

SCOLARI, Carlos (2008), "La estética post-hipertextual", en *Artes y medios audiovisuales: un estado de situación II. Las prácticas mediáticas pre-digitales y post-analógicas* (ed. Jorge La Ferla). Buenos Aires: Aurelia Rivera.

SONTAG, Susan (2007). "Un siglo de cine", en *Cuestión de énfasis*. Buenos Aires: Alfaguara.

TRAVERSA, Oscar (2001). "Aproximaciones a la noción de dispositivo", en *Signo y seña Nº12*. Buenos Aires: Instituto de Lingüística, Facultad de Filosofía y Letras.

VERÓN, Eliseo (2007). "Semiótica como sociosemiótica. Entrevista a cura di Carlos A. Scolari", en *Mediamerica. Semiotica e analisi dei media a America Latina*, Carlos A. Scolari y Paolo Bertetti (ed.). Torino: Cartman edizioni.

_____ (2001), "Vínculo social, gran público y colectivos de identificación. A propósito de una teoría crítica de la televisión", en *El cuerpo de las imágenes*. Buenos Aires, Norma.

_____ (1987b), *La semiosis social. Fragmentos de una teoría de la discursividad*. Barcelona: Gedisa.

THIS IS THE END. LAS INTERMINABLES DISCUSIONES SOBRE EL FIN DE LA TELEVISIÓN¹

Carlos A. Scolari

Después de debatir infructuosamente durante quince años sobre la muerte del libro a manos del texto digital, ahora le llega el turno a la televisión. Bienvenido sea el debate. Si la semiótica ocupó un espacio importante en la discusión sobre la muerte del libro –ahí están las intervenciones de Umberto Eco en conferencias, congresos y encuentros, varias de ellas irónicamente recogidas en forma de libro (Eco, 1997), o sea un objeto supuestamente en vías de extinción–, también la presunta desaparición de la televisión la toca de cerca. La televisión, conviene recordarlo, ha sido una de las niñas mimadas de la semiótica. Si un biólogo sufre y se preocupa por la extinción de una especie animal, y los paleontólogos todavía se excitan con la misteriosa y súbita desaparición de los dinosaurios, no tiene nada de extraño que los semióticos se emocionen por la muerte de la televisión. Lo repetimos: bienvenido sea el debate sobre la muerte de la televisión. Siguiendo con la paradoja que mencionamos más arriba, la extinción de la televisión podría ser tema para un excelente programa... televisivo. Y hasta es posible que, discutiendo sobre el fin de la televisión, terminemos por sepultar de una vez y para siempre

¹ Artículo publicado en *La Trama de la Comunicación* (Universidad Nacional de Rosario, Febrero, 2009). Agradecemos a Sandra Valdetarro el haber facilitado la publicación del artículo en esta recopilación.

otras infructuosas discusiones que hemos tenido en el último medio siglo sobre este medio, por ejemplo aquella clásica e insufrible sobre los efectos de la televisión en los niños.

1. El origen de las especies en extinción

Que los medios de masas en general y la televisión en particular estaban destinados a transformarse de manera radical no es una idea nueva ni nace con el siglo XXI. Ya en 1980 Alvin Toffler, en su clásico *The Third Wave*, anunciaba que:

A todo lo largo de la Era de la segunda ola, los medios de comunicación de masas se fueron haciendo cada vez más poderosos. En la actualidad se está produciendo un cambio sorprendente. A medida que avanza la tercera ola, los medios de comunicación, lejos de extender su influencia, se ven de pronto obligados a compartirla. Están siendo derrotados en muchos frentes a la vez por lo que yo llamo los "medios de comunicación desmasificados" [...] Los medios de comunicación se hallan sometidos a intenso ataque. Nuevos y desmasificados medios de comunicación están proliferando, desafiando – y, a veces, incluso reemplazando – a los medios de comunicación de masas que ocuparon una posición tan dominante en todas las sociedades de la segunda ola (1980:162-168)

Según Toffler la desmasificación vendría como consecuencia de la explosión de nuevas tecnologías de distribución (satélites, fibra óptica, cable, etc.) y medios analógicos locales (por ejemplos los periódicos y boletines de poca tirada). Leídas desde el siglo XXI, debemos reconocer que las previsiones de Alvin Toffler sobre la desmasificación de la comunicación no estaban tan erradas.

En 1992 George Gilder, en su libro *Life After Television. The Coming Transformation of Media and American Life*, fue más allá de Toffler y extendió un primer certificado de defunción al medio televisivo. En este trabajo Gilder, uno de los más sagaces tecnofuturólogos estadounidenses, ampliaba algunas ideas anticipadas en su libro anterior

Microcosm (Gilder, 1989) y alertaba sobre el avance de la HDTV japonesa. Este nuevo sistema - caracterizado por la alta definición y la posibilidad de manipular, visualizar y editar imágenes fijas o en movimiento - estaba destinado a sustituir la vieja televisión analógica fundada en la filosofía del *broadcasting*. De frente al desafío nipón Gilder proponía potenciar la industria de los microchips –sector dominado ampliamente por las empresas estadounidenses– para captanear el proceso de transformación tecnológica.

En *Microcosm* escribí que la televisión, en términos técnicos, estaba muerta. Por entonces los líderes industriales presentaban de manera solemne a la televisión de alta definición como la gran esperanza del futuro. En *Microcosm* demostré como la libertad y la creatividad del sistema empresarial habían dado a los Estados Unidos el liderazgo sobre Japón en muchas de las tecnologías críticas de la computación... El microchip reformará no sólo la televisión o la industria de la computación, sino también la industria de las telecomunicaciones y todos los servicios informativos. También transformará los negocios, la educación y el arte. Puede renovar toda nuestra cultura. El desplome de la televisión será el símbolo más visible de una serie de cambios en cascada que inundarán al mundo en los años '90 (Gilder, 1992:15).

Pocos años después de Gilder, cuando la web ya estaba en plena fase de expansión y el Media Lab del MIT horneaba nuevos juguetes interactivos e interfaces cada semana, su director Nicholas Negroponte – en otro texto clásico, *Being Digital* (1995) – volvía a sacarle filo al arma del delito:

El desarrollo y aumento de los ordenadores personales ocurre tan deprisa que la futura televisión de arquitectura abierta es el PC, y no hay vuelta de hoja. El aparato receptor será como una tarjeta de crédito que al introducirla en nuestro PC lo convertirá en una puerta electrónica para la recepción de información y entretenimiento por cable, teléfono o satélite [...] La clave del futuro de la televisión

es dejar de pensar en ella como tal, y concebirla en términos de bits (1995: 66-69)

Muchos otros investigadores anunciaron los cambios del ecosistema televisivo y en más de un caso anunciaron su defunción. En este texto nos interesa dialogar con los semióticos que han afrontado el argumento, sobre todo dos investigadores argentinos – Eliseo Verón y Mario Carlón – que recientemente han reflexionado sobre los cambios y posible muerte de la televisión.

Según Eliseo Verón la televisión ha dejado de centrarse en sí misma para desplazarse hacia el televidente, ahora reconvertido en usuario. El éxito de los *reality shows* o la llegada de tecnologías que facilitan la interacción con los contenidos audiovisuales son algunos de los síntomas de este cambio. Si a esto sumamos la crisis de la programación (la televisión se fragmenta en diferentes pantallas, horarios, situaciones de consumo y audiencias) y la divergencia entre oferta/demanda, queda flotando la sensación de que algo se termina.

La televisión, ese fenómeno “masivo” que conocimos, materializado en ese mueble entronizado en el living-room de nuestras casas, que activaba la socialidad familiar, etc., está condenada a desaparecer (Verón, 2007:33).

El diagnóstico de Eliseo Verón está muy en sintonía con algunos planteos que nos llegan de Francia. La televisión parece ser el medio inmortal: si ya en 1992 George Gilder la dio por despachada, evidentemente se trató de un crimen imperfecto porque en el 2006 el francés Jean-Louis Missika volvió a hundir el puñal en un texto titulado *La Fin de la Télévision*.

Ha comenzado un proceso que determina la desaparición del modelo de televisión que conocíamos y su sustitución por aparatos audiovisuales múltiples, entre los cuales la televisión ocupará una posición siempre menos dominante (Missika, 2007:37).

Para terminar esta sección, incorporaremos a la discusión las palabras de Mario Carlón. Según este semiótico el debate sobre el fin de la televisión se produce a destiempo. Si en una situación “corrien-

te” el discurso científico corre detrás de las acciones y procesos que vive la sociedad, en este caso los enunciados de los expertos “parten de un diagnóstico, constituyen en cierta forma una predicción, porque se adelantan a lo que vendrá y sorprenden al sentido común” (2008). Carlón es muy cauto: sabemos que hacer una previsión de los usos sociales de una tecnología que todavía no se ha estabilizado es cuanto menos arriesgado. Por otro lado, Carlón también sostiene que la sociedad “está convencida de que la televisión ocupa aún un lugar dominante sobre los demás medios, es decir, que goza de muy buena salud”.

Dos reflexiones antes de pasar a la próxima sección. No es extraño que el discurso científico trate de anticiparse a los hechos y vaya unos pasos por delante del sentido común: por ejemplo hoy vivimos angustiados por los pronósticos científicos sobre el calentamiento global – que recién comienza a evidenciarse – y, en el campo de las ciencias sociales, los sujetos económicos se derriten por tener una buena previsión del mercado o de las tendencias de consumo de los jóvenes. O sea, el discurso científico no es sólo retroactivo: también la construcción de un futuro posible – con todas las precauciones y reservas del caso – es parte constitutiva de su retórica.

Segunda reflexión. Que la sociedad siga convencida de que “la televisión ocupa aún un lugar dominante” es tan relevante como la opinión de “la gente” sobre el calentamiento global o el precio del dólar dentro de cinco años: son los investigadores y los expertos los que analizan los procesos en curso y elaboran hipotéticos mundos posibles – basados en datos y observaciones científicas – para tratar de identificar las tendencias y escenarios futuros. La percepción social de un fenómeno es importante para analizar el aquí y ahora pero no nos dice mucho sobre lo que vendrá después. En su momento sólo una minoría de usuarios confiaba en las computadoras y nadie hubiera apostado hace una década por el futuro de los SMS. Cierro por ahora esta reflexión con la promesa de retornar más adelante al texto de Mario Carlón.

Volviendo a los anuncios sobre el final de la televisión, y después de varias partidas de defunción que nunca terminan de verificarse, nos preguntamos... ¿Será ésta la muerte definitiva del medio de co-

municación más impactante del siglo XX? ¿Hay vida televisiva después de la web? ¿Desaparecerá para siempre la experiencia social más fuerte de los últimos cincuenta años? La respuesta en el próximo episodio.

2. Las tres etapas

¿Qué es la televisión? ¿Un prisma con un lado de cristal que descansa en el living familiar? ¿Un tubo catódico que comienza en un lente de una cámara y termina en las retinas de los televidentes? ¿Un dispositivo semiótico donde se articulan discursos, enunciadores y enunciatarios? ¿Un espacio de mediación cultural donde lo popular convive, se confronta y se revuelca con lo masivo? Además de todo lo que acabamos de mencionar la televisión es el medio de masas por excelencia, el canal audiovisual que llega a mayor cantidad de consumidores y, sin dudas, la experiencia comunicacional más impactante del siglo XX. Nacida como medio unidireccional e impregnada de una ideología de servicio público en Europa - mientras que, en los Estados Unidos, su espíritu fue siempre comercial - en los años '80 la televisión comenzó a vivir un proceso de transformación. Los grandes monopolios estatales (la BBC inglesa, la RAI italiana, etc.) debieron compartir su espacio con las nuevas cadenas privadas. La multiplicación de los canales tuvo sus consecuencias en la economía televisiva - la segmentación de las audiencias - y en las formas de consumo - ahora fragmentado al ritmo del *zapping*.

2.1. Sobredosis de neoTV

Esta transformación fue definida por Umberto Eco en 1983 como el paso de la *paleotelevisión* a la *neotelevisión*, una oposición posteriormente retomada en un contexto académico por Casetti (1988) y Casetti y Odin (1990). Entre otras cosas la neotelevisión arrasa con la oposición entre información (realidad) y entretenimiento (ficción), y anula las diferencias culturales hasta sumergir al espectador en un flujo televisivo que lo acompaña a lo largo de la jornada. La televisión, en esta fase, comienza a mirarse y a

representarse a sí misma. Según Eco “la característica principal de la Neo TV es que cada vez habla menos (como hacía o fingía hacer la Paleo TV) del mundo exterior. Habla de sí misma y del contacto que está estableciendo con el público” (1986: 200-201). Para generar este efecto la televisión se muestra a sí misma, abre al público su dispositivo técnico de enunciación, por ejemplo mostrando a los espectadores los micrófonos, las cámaras y las salas de redacción de los telediarios.

La dupla paleo/neotelevisión tuvo a finales de los años ochenta una gran acogida en el mundo académico. Podría decirse que los estudios sobre los medios han sufrido una *sobredosis de neoTV*. El concepto aparece en numerosos análisis en clave semiótica del medio televisivo, desde una larga serie de trabajos publicados en la última década (por ejemplo Abril, 1995; Imbert, 1999; Farré, 2004; Carlón, 2004, por nombrar sólo algunos) hasta el número de *deSignis* dedicado a los formatos televisivos (*Los formatos de la televisión, deSignis 7/8*, Gedisa, 2005). En Italia los estudios sobre los programas participativos como el de Marturano et al. (1998), o trabajos más generales como los de Bruno (1994) o Stella (1999), han contribuido a la comprensión de la *neotelevisión*. El concepto, finalmente, también se encuentra en los estudios de investigadores que trabajaron en otros contextos epistemológicos como la teoría crítica (Malmberg, 1996) o las ciberculturas (Piscitelli, 1995).

Algunos investigadores italianos formados en la tradición semiótica (Semprini, 1994; Cavicchioli y Pezzini, 1993) comenzaron a sentir los crujidos de un concepto - el de *neotelevisión* - que no alcanzaba para nombrar todo lo que estaba pasando en las pantallas de la década del 1990. Fenómenos como los *talk shows*, la TV-verdad o el docudrama no se encontraban cómodos dentro de esa categoría teórica. Resulta significativo que en las últimas investigaciones dedicadas al medio televisivo surgidas en la semiótica italiana, cuna teórica del concepto de *neotelevisión*, prácticamente ni se lo mencione (Pezzini, 2002; Peverini, 2004). Otros investigadores como Imbert (1999) creen que existe una “rigidez” en la oposición entre neotelevisión y paleotelevisión ya que “hay actualmente una coexistencia de rasgos arcaicos y de otros postmodernos”.

Como ya indicamos Verón prefigura una nueva etapa, la etapa final de la televisión:

[...] Podemos hacer la hipótesis de que esta tercera etapa en la historia de la televisión masiva será la última: esta tercer etapa anunciará entonces el fin de la televisión masiva como fenómeno propiamente histórico. La designación 'televisión masiva', que es la que yo prefiero, indica bien la especie que estará en vía de desaparición [...] (2001).

Finalmente, una reflexión política. La oposición entre paleo/neotelevisión –que, no lo negamos, resultó de gran utilidad en su momento para entender las transformaciones del medio y retrabajar desde la semiótica el concepto de *flujo* desarrollado por Williams (1975)– no puede ser aislada de las condiciones sociales de producción de un determinado discurso teórico. La neotelevisión, como ya vimos, nace cuando las cadenas privadas pusieron en discusión el monopolio de la Radiotelevisione Italiana (RAI) durante el gobierno de Bettino Craxi. En cierta manera podría decirse que la serie teórica paleo/neotelevisión es un efecto colateral de la irrupción en el ecosistema mediático italiano de un nuevo actor – Silvio Berlusconi - a comienzos de los '80.

Y después de la *neotelevisione*, ¿qué viene?

3. Hacia la hipertelevisión

Si el concepto de *neotelevisión* no alcanza para nombrar lo nuevo, entonces hay que buscar otras palabras para definir lo que está pasando con la televisión. Verón habla de “desaparición” pero no indica ningún término a la hora de diagnosticar al enfermo terminal. Carlón, por su parte, ha propuesto el concepto de *metatelevisión* pero para referirse a una situación determinada (la televisión caníbal que se autoconsume y habla de sí misma) y no a la nueva fase que atraviesa el medio.

Otros investigadores más o menos lejanos al mundo semiótico han apostado por el concepto de *postelevisión* (Piscitelli, 1998;

Ramonet, 2002; Missika, 2006) para nombrar lo que está sucediendo con el medio televisivo. Verón se niega explícitamente a utilizar el concepto de *postelevisión* para hablar de esta nueva fase:

No utilizo los términos de *paleo* y *neo* [...] una simple dicotomía no sería adecuada, salvo para volver a caer en los errores cometidos a propósito de la modernidad, llamando a una noción cualquiera, *post* [...] (Verón, 2001).

En breve: estamos entrando en una nueva fase de la evolución del medio pero no terminamos de ponernos de acuerdo sobre cómo llamarla. Supongo que más de un matrimonio habrá pasado por el mismo problema cuando les nace algo nuevo, sobre todo si no se lo esperaban.

3.1. La agonía del broadcasting

¿Qué está muriendo? ¿Un cierto tipo de aparato técnico (la televisión analógica) que será reemplazado por otro plano y digital? ¿Un dispositivo de producción, distribución y consumo de imágenes y sonidos? ¿Una forma de mediación cultural basada en el *broadcasting*, lo cual traducido en sentido común significa “millones de personas sentadas frente a un aparato mirando lo mismo a la misma hora”? ¿O están muriendo ciertos formatos televisivos? Veamos con más detalles estas transformaciones, que en realidad no son otra cosa que diferentes miradas (tecnológica, comunicacional, cultural, semiótica, etc.) sobre un mismo proceso de mutación.

Vayamos por parte. Un medio de comunicación, tal como sostiene Verón, es una articulación de un soporte tecnológico más una práctica social. Por el lado del soporte tecnológico, los cambios de la televisión son cada vez más profundos... Del armatoste analógico pasamos a una esbelta pantalla plana con corazón de silicio. El avance de la TDT (y, en consecuencia, el acercamiento del “apagón analógico”) y la progresiva disminución del costo de las pantallas planas son una parte de esta transformación tecnológica, pero no la única ni la más interesante. El proceso más rico se está dando fuera de las pantallas, en las relaciones que se crean entre la televisión y otras

tecnologías aledañas. Es ahí, en la “concatenación de las interfaces” – como diría Pierre Lévy – donde se producen los fenómenos más interesantes, por ejemplo en las concatenaciones entre el televisor y la PC, o entre la televisión y los sistemas digitales de memorización/reproducción digital (como el TiVO o el Apple TV). Estos sistemas reconfiguran la experiencia del consumo televisivo ya que permiten reproducir videos descargados de la red, grabar programas y reproducirlos cuando el televidente lo desea, archivar películas y otros documentos (música, fotos, etc.) que también pueden ser reproducidos a través de la pantalla, etc. Si hasta hace una década sólo el comando a distancia y el videoreproductor orbitaban como satélites alrededor del televisor, actualmente una serie de parásitos tecnológicos crecen a la sombra de la pantalla, desde consolas de videojuego hasta discos duros multimedia, cámaras fotográficas y de vídeo, lectores de MP3 y reproductores/grabadores digitales de vídeo.

La llegada de nuevas pantallas, la difusión lenta pero sin pausa de la televisión ubicua en dispositivos móviles o la televisión *peer-to-peer* que promueven sistemas colaborativos como *YouTube* también terminan generando nuevas prácticas de producción y consumo. Algunos inclusive ya hablan de la *napsterización de la televisión* (Aragón, 2007). Si sumamos todos estos cambios lo que se perfila, tal como sostenía en su momento Toffler y más recientemente Verón, es la crisis del modelo del *broadcasting* y, en consecuencia, la *posible desaparición de la televisión en tanto medio de difusión de masas (uno-a-muchos)*.

La mayor parte de los investigadores coinciden en dar por segura la muerte de un modelo de medio centralizado, unidireccional y masivo. Esa televisión ya está muy mal herida. El modelo centralizado, basado en la producción de programas y en la venta de audiencias a los anunciantes, está obligado a compartir su espacio con otras formas de producir, distribuir y ver la televisión. La aparición de nuevas lógicas productivas y de consumo abre una brecha en el viejo reino del *broadcasting*. Las consecuencias recién comienzan a sentirse, pero si vemos lo que está pasando con el mercado musical podemos prever mutaciones profundas en el sistema televisivo.

Pero la televisión no es sólo *broadcasting*. Carlón resume: “estamos bastante de acuerdo en que nos encontramos en la era en la cual

probablemente haya comenzado el fin de la televisión como medio, pero mucho menos en su fin como lenguaje y dispositivo” (2008). En otras palabras: si entendemos a la televisión como un sistema de *broadcasting*, podemos asegurar que está en estado comatoso y que su superación es sólo cuestión de tiempo, el que se necesita para la consolidación de una nueva generación de televidentes/usuarios. Si, por el contrario, la consideramos un conjunto de prácticas de producción e interpretación de textualidades audiovisuales, entonces la televisión sigue viva (pero no es la misma de antes). Veamos con mayor detenimiento estas transformaciones, sin duda las más interesantes para analizar desde una perspectiva semiótica.

3.2. Gramática de la hipertelevisión

Teniendo en cuenta la crisis del *broadcasting*, la atomización de las audiencias y el avance de una televisión reticular y colaborativa, marcada por las experiencias interactivas de sus nuevos televidentes, proponemos el concepto de *hipertelevisión* para definir esta nueva configuración del medio televisivo (Scolari, 2006, 2008a, 2008b, 2008c). Se trata de un concepto operativo que nos permite hablar de lo nuevo y, al mismo tiempo, nos ayuda a huir de las trampas del prefijo *post*. Este término que proponemos no debería ser visto como una nueva fase de la serie paleo/neotelevisión sino como una particular configuración de la red sociotécnica que rodea al medio televisivo.

Los programas de la hipertelevisión se adaptan a un ecosistema mediático donde las redes y las interacciones ocupan un lugar privilegiado y adoptan algunos de los rasgos pertinentes de los “nuevos medios”. La que sigue es una breve e incompleta lista de algunas características de la gramática de la hipertelevisión:

Multiplicación de programas narrativos: si las series tradicionales contaban con un personaje central (o dos en los *buddie movies*) y un puñado de personajes secundarios, las series contemporáneas como *ER*, *CSI*, *Desperate Housewives*, *24* o *The Sopranos* tienen como mínimo más de diez personajes que aparecen en más del 50% de los episodios (Scolari, 2008). Cada uno de estos personajes parti-

cipa en varios programas narrativos, configurando de esta forma un relato coral marcado por la complejidad de las interacciones entre actantes.

- Fragmentación de la pantalla: lo que comenzó en los noticieros de los años ochenta - la modularización de la información en diferentes sectores de la pantalla - se ha convertido en la marca de fábrica de algunas ficciones como la serie *24* de la Fox. Vered (2002) sostiene la existencia de una “*windows aesthetics*” en la televisión contemporánea.

- Aceleración del relato: para contar muchas historias en el mismo tiempo se debe contar rápido, atomizar la información, suprimir lo superfluo, en definitiva, ir al grano. El ritmo febril de los noticieros o de las ficciones televisivas los vuelve ilegibles para un espectador formado en la paleotelevisión, el cual no alcanza a seguir la cadencia acelerada del flujo hipertelevisivo.

- Narraciones en tiempo real: algunas series, en un ejercicio de experimentación narrativa, han simulado la transmisión en vivo, por ejemplo *X-Files* (episodio *Cops* de la 7ª temporada, 2000) y *ER* (episodio *Ambush* de la 4ª temporada, 1997). Este tipo de producciones ha generado un efecto de grabación en vivo sin postproducción, una estética desprolija y en bruto que inclusive ha seducido al cine contemporáneo (*The Blair Witch Project*, Myrick y Sánchez, 1999; *Cloverfield*, Reeves, 2008).

- Relatos no secuenciales: si el lenguaje cinematográfico introduce el *flashback* y el *flashforward* hace casi un siglo, en las producciones contemporáneas se exagera y lleva hasta sus últimas consecuencias su uso. Es común encontrar episodios de las series más famosas totalmente contruidos con una lógica que, una vez más, reaparece en el cine contemporáneo de la mano de la dupla González Iñárritu - Arriaga (*Amores Perros*, *21 Gramos*, *Babel*) y otros directores. Este tipo de relato resulta casi incomprensible para los paleotelevidentes.

- Expansión narrativa: la especificidad de la hipertelevisión no se encuentra tanto en la extensión lineal de las historias (algo que

viene del folletín del siglo XIX) sino en su expansión en diferentes medios. La hipertelevisión se caracteriza por integrar sus relatos dentro de *narraciones transmediáticas* (Jenkins, 2006). Por ejemplo la trama del videojuego basado en la serie *24* se ubica entre la segunda y la tercera temporada televisiva, de la misma manera que el cómic de la serie cubre los espacios inter-temporadas; los *mobisodes* para móviles de *24* constituyen un *spin-off* que se aleja del relato original, con otros actores y conflictos, pero dentro del mismo universo narrativo marcado por la lucha antiterrorista dentro del territorio estadounidense. De esta manera la experiencia interpretativa se construye a partir de un macrorrelato que coloca a cada unidad textual dentro de un universo narrativo mayor. En el caso de un *reality show* como *Big Brother*, también en este género una misma narrativa se construye a través de diferentes soportes. Por ejemplo la edición inglesa del 2001 se difundió por televisión terrestre, televisión digital, internet, telefonía móvil, telefonía fija, audio, vídeo, libro y prensa (Jones, 2003).

Esta lista – apenas esbozada y con evidentes lagunas – es sólo un primer borrador de los síntomas que provienen de la hipertelevisión. Se trata simplemente de eso: pequeñas esquirolas semióticas, microíndices que no encajan en el discurso tradicional de la televisión. El análisis de las nuevas textualidades audiovisuales permitirá ir reconstruyendo la forma que adopta el discurso hipertelevisivo. Este tipo de investigación, por otra parte, deberá abandonar el *telecentrismo* y tener un ojo puesto en la evolución de otros nichos cercanos a la televisión, por ejemplo los videojuegos, las interfaces web y los dispositivos móviles.

3.3. El grabado y el directo

La televisión habla dos lenguajes: el grabado y el directo (*live*) (Carlón, 2004, 2006, 2008). Si el directo es lo que diferenció a la televisión del cine, el grabado enriqueció sus posibilidades artísticas pero no le brindó una nueva especificidad. La transmisión “en vivo y en directo” – la recepción de una imagen “en tiempo real” diríamos hoy - fue la gran novedad de la televisión. Según Carlón en la televisión contemporánea tanto el grabado como el directo están sufriendo transformaciones:

Si las predicciones son correctas podríamos decir que el grabado, cuya esencia no es televisiva, va a perecer, se va a sumergir en el fin de la televisión: este casi inevitable devenir es uno de los aspectos que provocan hoy los anuncios sobre el fin de la televisión... Si hay una televisión que va a morir, que va a hacer entrar en una crisis definitiva a la programación podemos predecir que es la del grabado, disponible siempre al espectador (es la televisión de YouTube en su estado actual, es el lenguaje del "cine" –dejemos por un momento de lado la diferencia de soporte material– dentro de la televisión) (Carlón, 2008).

El directo [...] va a resistir. Por un lado, va a seguir generando discursos masivos (e incluso globales) a través de las transmisiones de acontecimientos y eventos, ya sea de la historia política, del deporte, del espectáculo o de aquello que en un futuro la sociedad considere de valor. Por otro, se mantendrá intacto como lenguaje, obligando al sujeto espectador, no importa en qué pantalla lo vea (en un teléfono, en un LCD, etcétera) a movilizar los mismos saberes técnicos y sobre el mundo que obligó a poner en juego al primer sujeto espectador televisivo para ser comprendido [...] (Carlón, 2008).

Esta muerte del grabado – y la complementaria supervivencia del directo – puede ser releída desde la perspectiva de la hipertelevisión. Disentimos con Carlón respecto a la muerte del grabado: la hipertelevisión es el reino del audiovisual registrado en servidores y discos duros. Coincidimos con Carlón y otros investigadores en que la idea de “programación” dentro de poco será parte de la arqueología televisiva – la frase “no se pierda el próximo episodio, a la misma hora y en el mismo canal” no tendrá sentido para nuestros nietos -, pero esto no significa que el grabado pase a mejor vida. La hipertelevisión, en todo caso, privilegia el contenido grabado *on-demand*.

También coincidimos con Carlón respecto a la continuidad de la experiencia *live*. Si lo que está en crisis es el *broadcasting*, esto no impedirá que ante ciertos eventos (una final de fútbol, un discurso político esperado con ansiedad, la elección del nuevo pontífice o la llegada del primer astronauta a Marte) se vuelvan a congregar

las masas *de manera simultánea* delante de las pantallas (de todas las pantallas, las macro y las micro, las viejas y las nuevas). Esta supervivencia de la televisión tradicional en vivo y en directo dentro de la hipertelevisión puede ser considerada como un fenómeno similar a la supervivencia del cine (bajo forma de grabado) dentro de la televisión: si una parte del contenido de la televisión del *broadcasting* se llenó con producciones cinematográficas, no es para descartar que la hipertelevisión también preserve espacios de *broadcasting* (bajo forma de transmisión en vivo y en directo) dentro de su dispositivo. Como sostenía Imbert a propósito de la neotelevisión, hoy también encontramos una coexistencia de rasgos *paleo* y *neo* dentro de un entorno *hiper*.

4. Ecología de la hipertelevisión

Cuando aplicamos la metáfora del “ecosistema” para hablar de la nueva configuración que adoptan los medios, no estamos pensando en un territorio paradisíaco donde todas las especies conviven en paz. Como en cualquier ecosistema, también en éste podemos identificar jerarquías, tensiones, relaciones de poder y especies depredadoras.

4.1. La hipertelevisión y la política

El fin de la televisión del *broadcasting*... ¿Implica el fin de la política de masas tal como la concebimos en la segunda mitad del siglo XX? Podría decirse que al atomizarse el consumo televisivo en millones de situaciones ubicuas y asincrónicas estalla la aldea global de McLuhan. Se rompe así dentro de la cultura electrónica esta reminiscencia de la cultura oral, que reenvía al momento en que toda la tribu escuchaba *al mismo tiempo* al anciano contando los mitos de su pueblo alrededor del fuego.

Las consecuencias de la pérdida de este sentido comunitario – que la vieja televisión tan bien garantizaba - están por verse. Es posible que no estemos asistiendo a la muerte de la televisión sino a la rearticulación de su rol vertebrador de la sociedad. La televisión ha sido

uno de los más formidables instrumentos para la creación de agenda y la gestión de la opinión pública. Ahora bien, ¿Qué sucede cuando la televisión estalla y se atomiza en millones de experiencias individuales de *narrow* y *nanocasting*? ¿Qué medio-institución se encargará de hacer circular el *cemento ideológico* – por usar la metáfora de Gramsci – que mantiene unida la sociedad? En otras palabras: ¿Cómo se construye la hegemonía en un ecosistema mediático atomizado?

4.2. Una ecología en estado de tensión

La aparición en el ecosistema mediático de nuevas especies como los videojuegos o la web están cambiando el entorno, obligando a las viejas especies (televisión, prensa, radio, etc.) a adaptarse para sobrevivir. Por otro lado, estamos asistiendo al nacimiento de especies bastardas, o sea medios híbridos que adoptan o simulan gramáticas y narrativas de otros medios. Estas nuevas producciones construyen un espectador modelo que exige al espectador real las competencias cognitivas e interpretativas que caracterizan a los *nativos digitales*. La hipertelevisión le está hablando a ellos, a una generación crecida en entornos digitales interactivos que ha desarrollado nuevas competencias perceptivas y cognitivas (y, como bien apuntaría McLuhan, han narcotizado otras). Si la paleotelevisión se dirigía a audiencias radiofónicas y escritas, y la neotelevisión estaba destinada a espectadores formados en la misma televisión, la hipertelevisión le habla a nuevas generaciones con competencias interpretativas aprendidas en la navegación de la web, el uso del software o los videojuegos.

¿Cómo le habla la hipertelevisión a los nativos digitales? Construyendo un televidente modelo que debe poner en juego todas sus competencias narrativas, perceptivas y cognitivas para interpretar un producto textual cada vez más atomizado, multipantalla, transmediático, cargado de personajes que llevan adelante una compleja trama de programas narrativos. Esta mutación de la pantalla (y del discurso televisivo) se puede reducir al siguiente axioma: “lo que una interfaz no puede hacer, lo simula” (Scolari, 2004:191). En otras palabras, la hipertelevisión está simulando las experiencias interactivas e hipertextuales que ya forman parte de la enciclopedia de sus nuevos televidentes (Scolari, 2006, 2008).

Los investigadores apenas alcanzamos a dar cuenta de estos procesos desde nuestras cátedras universitarias o grupos de estudio. Si la televisión habla cada vez más de sí misma, resulta también cada vez más difícil hablar de la televisión. ¿Es “televisión” lo que vemos en un móvil o en *YouTube*? La muerte de la televisión, como bien indica Carlón, es un discurso. Depende de cómo hablemos a la televisión que ella siga existiendo o no. En otras palabras: la televisión seguirá viviendo mientras siga siendo objeto de nuestros discursos. Pero “ella”, como cualquier mujer, cambia, envejece y se renueva para seguir dando que hablar. Como esas mujeres alteradas y maduras de Maitena, la televisión se maquilla y, bisturí de por medio, se retoca para parecerse a sus hijas interactivas. Por eso a veces cuesta tanto reconocerla.

Bibliografía

Todas las webs fueron consultadas en Marzo de 2009.

ABRIL, G. (1995). “La televisión hiperrealista” en *Cuadernos de Información y Comunicación* N° 1. Madrid: UCM. Disponible en línea: www.ucm.es/BUCM/revistas/inff/11357991/articulos/CIYC9595110093A.PDF

ARAGÓN, S. (2007). “El futuro, la televisión deconstruida” en *AAVV Los secretos del nuevo periodismo ¿Está muriendo la información tradicional?*. Valencia: Generalitat Valenciana.

BRUNO, Marcello (1994). *Neotelevisione: dalle comunicazioni di massa alla massa di comunicazioni*. Messina: Rubbettino.

CARLÓN, Mario (2004). *Sobre lo televisivo. Dispositivos, discursos y sujetos*. Buenos Aires: La Crujía.

_____. (2006). *De lo cinematográfico a lo televisivo. Metatelevisión, lenguaje y temporalidad*. Buenos Aires: La Crujía.

_____. “Sobre el fin de la televisión”, en *Artes y medios audiovisuales: un estado de situación II. Las prácticas mediáticas pre-digitales y post-analógicas* (ed. Jorge La Ferla). Buenos Aires: Catalogo de las Jornadas MEACVAD.

CASETTI, Francesco (1988). *Tra te e me. Strategie di coinvolgimento dello spettatore nei programmi della neotelevisione*. Torino: RAI-Eri.

CASETTI, Francesco y ODIN, Roger (1990). "De la paléo- à la néo-télévision", *Communications* 51, p. 9-26, París.

CAVICCHIOLI, Sandra y PEZZINI, Isabella (1993). *La TV Verità. Da finestra sul mondo a Panopticon*. Torino: RAI-Nuova Eri.

ECO, Umberto (1986). "TV: la transparencia perdida" en ECO, U. *La estrategia de la ilusión*. Barcelona: Lumen.

— "The Future of the Book" en NUNBERG, G. (ed.) *The Future of the Book*, University of California Press, Berkeley. 1997. (Trad. Española: (1998) *El futuro del libro. ¿Esto matará eso?*. Barcelona: Paidós).

FARRÉ, María (2004). *El noticiero como mundo posible. Estrategias ficcionales en la información audiovisual*. Buenos Aires: La Crujía.

GILDER, George (1989). *Microcosm: The Quantum Revolution in Economics And Technology*. New York: Touchstone.

_____ (1992). *Life After Television. The Coming Transformation of Media and American Life*. New York: Norton.

IMBERT, Gerard (1999). *La hipervisibilidad televisiva: Nuevos imaginarios / nuevos rituales comunicativos*, Textos de las I Jornadas sobre Televisión (diciembre). Madrid: UCM. Disponible en línea: www.uc3m.es/uc3m/inst/MU/Imbert1.htm

JENKINS, Henry (2006). *Convergence Culture. Where Old and New Media Collide*. New York: New York University Press.

JOHNSON, Steven (2005). *Everything Bad is Good for You*. Londres: Penguin Group.

JONES, Janet (2003). "Show Your Real Face", *New Media y Society* 5(3), p. 400-421.

MALMBERG, T. "Critical Theory and Audiovisual Media" en *Nordicom Review* N° 1. Special Issue: The XII Nordic Conference on Mass Communication Research. 1996.

MARTURANO, Marco, VILLA, Marina Y VITTADINI, Nicoletta (1998). *Cittadini, giudici, giocatori: le forme di partecipazione del pubblico nella neotelevisione*. Roma: RAI-Eri.

MISSIKA, Jean -Louis (2007). *La fine della televisione*. Milán: Lupetti (ed. orig.: *La Fin de la Télévision*, París: Éditions du Seuil, 2006).

NEGROPONTE, Nicholas (1995). *El mundo digital*. Barcelona: Ediciones B (ed. orig.; *Being Digital*. New York: Vintage Books, 1995).

PEVERINI, Paolo (ed.) (2004). *Il videoclip. Strategie e figure di una forma breve*. Roma: Meltemi.

PEZZINI, Isabella (ed.) (2002). *Trailer, spot, clip, siti, banner. Le forme brevi della comunicazione audiovisiva*. Roma: Meltemi.

PISCITELLI, Alejandro (1995). "De la centralización a los multi-medios interactivos", *Diálogos de la Comunicación* 41. Disponible en línea: <http://www.felafacs.org/files/8Piscitelli.pdf>

_____ (1998). *Post-televisión. Ecología de los medios en la era de Internet*. Buenos Aires: Paidós.

RAMONET, Ignasi (ed.) (2002). *La post-televisión: Multimedia, Internet y globalización económica*. Barcelona: Icaria.

SCOLARI, Carlos (2004). *Hacer clic. Hacia una sociosemiótica de las interacciones digitales*. Barcelona: Gedisa.

_____ (2006) "La estética post-hipertextual". Ponencia presentada en el Seminario Internacional *Las Literaturas del Texto al Hipertexto/Literatures from Text to Hypertext*. Madrid: UCM (publicada en Romero López, D. y Sanz Cabrerizo, A. (eds.) *Literaturas del texto al hipermedia*. Barcelona: Antrhopos, 2008). Disponible online: http://www.uvic.cat/fec/recerca/grid/fitxers/archivos_scolari/Scolari_Hiperliteratura2006.pdf

_____ (2008a). *Hipermediaciones. Elementos para una teoría de la comunicación digital interactiva*. Barcelona: Gedisa, Barcelona.

_____ (2008b). *The grammar of hypertelevision. Character multiplication and narrative complexity in contemporary television*. Ponencia presentada en la International Communication Association (ICA) Conference, Montreal.

_____ (2008c). "Hacia la hipertelevisión. Los primeros síntomas de una nueva configuración del dispositivo televisivo", *Diálogos de la Comunicación* 77. Disponible online: <http://www.dialogosfelafacs.net/77/articulos/pdf/77CarlosScolari.pdf>

TICHI, Cecelia (1992). *Electronic Hearth. Creating an American Television Culture*.

VARELA, Mirta (2005). *La televisión criolla. Desde sus inicios hasta la llegada del hombre a la luna 1951-1969*. Buenos Aires: Edhasa.

WILLIAMS, Raymond (1992). *Television. Technology and Cultural Form*. Hanover and London: Wesleyan University Press.

EL FIN DE LA HISTORIA DE UN MUEBLE¹

Eliseo Verón

1. Contratos

En un famoso artículo publicado en 1983, Umberto Eco anunciaba el fin de una primera época en la historia, todavía muy corta, de la televisión, y el comienzo de una televisión diferente. A la primera la llamó la "paleo-televisión" y a la segunda, cuyo advenimiento anunciaba, la "neo-televisión"². "La característica principal de la neo-TV, decía Eco, es que habla cada vez menos del mundo exterior (lo que la paleo-TV hacía o fingía hacer): habla de sí misma y del contacto que está estableciendo con su público" (140).

Según Eco, la televisión opera en su primera época con una distinción fundamental entre 'información' y 'ficción'. Se trata de una distinción, observa con prudencia, "a la que recurre el sentido común y también muchas teorías de la comunicación". Los programas de información son aquellos en los que la televisión "proporciona enunciados respecto de acontecimientos que se producen indepen-

¹ Retomo libremente algunos elementos de un capítulo del libro, inédito en español, de Antonio Fausto Neto y Eliseo Verón (2003), *Lula presidente. Televisão e política na campanha eleitoral*.

² El texto de Eco fue publicado en francés dos años más tarde, en un volumen que reunía una serie de artículos breves, aparecidos originalmente en diarios y revistas italianos Eco (1985 [1983]).

dientemente de ella [...] Puede tratarse de acontecimientos políticos, deportivos, culturales o policiales. En cada uno de estos casos, el público espera que la TV cumpla con su deber: a) diciendo la *verdad*; b) diciéndola según criterios de *importancia* y de *proporción*; c) separando la *información* de los comentarios". Eco no quiere entrar en discusiones filosóficas, y se limita a señalar que "el sentido común reconoce como verdadero un enunciado cuando [...] corresponde a un estado de hecho". Los criterios de importancia y proporción "son más vagos", dice Eco, pero se criticará a la televisión cuando se estima que "ha privilegiado ciertas noticias en detrimento de otras, dejando de lado tal vez noticias consideradas importantes, o informando sólo sobre ciertas opiniones con exclusión de otras". La distinción entre comentario e información "es considerada intuitiva", pero "se sabe que ciertas modalidades de selección y de montaje de las noticias pueden constituir un comentario implícito".

Los programas de imaginación o de ficción "habitualmente llamados espectáculos, son los dramas, las comedias, la ópera, los films, los telefilms. En estos casos, el espectador realiza lo que se llama la suspensión de la incredulidad y acepta 'por juego' considerar como verdadero y dicho seriamente lo que es, por el contrario, el efecto de una construcción fantástica. El comportamiento de alguien que confunde la ficción con la realidad se considera aberrante". "Se piensa", comenta Eco, "que los programas de información tienen una importancia *política*, mientras que los programas de ficción tienen una importancia *cultural*". Eco simplemente subraya "una dicotomía enraizada en la cultura, en las leyes y en las costumbres". Eco consideraba que con la neo-televisión esa dicotomía entra en crisis y evocaba a este respecto, en primer lugar, la cuestión de la mirada³.

Yo conocí ese texto de Umberto Eco bastante más tarde, pero sin duda el tema se iba perfilando en la cabeza de algunos de los que nos interesábamos en la televisión. En mayo de 1981, justo antes de la primera elección de François Mitterrand como presidente, *Le Monde Diplomatique* publicó una doble página bajo el título: "La televisión en campaña", con dos artículos: uno mío, que se llamaba

"La política que se hace ver", donde comentaba las estrategias de los candidatos en la televisión, y el otro, de Sylvie Blum (1981), cuyo título era precisamente "Los ojos en los ojos" (en francés, "les yeux dans les yeux", que tal vez debería traducirse como "con los ojos clavados en los ojos"). Sylvie Blum decía: "El periodista respeta, de hecho, el principio particular de la televisión según el cual se debe siempre guardar el contacto. Los ojos clavados en los ojos, en definitiva. El rostro neutro del periodista me mira en los ojos (*me regarde dans les yeux*), por lo tanto eso me concierne (*cela me regarde*) y tal vez eso me importa más (*me regarde davantage*) que los ojos del político, que se dirigen a la masa de un público indiferenciado"⁴.

Retomando la observación de Sylvie Blum, publiqué dos años más tarde, en la revista *Communications*, un análisis del género noticiario, en el que insistía sobre la interpelación por la mirada a través del eje "Y-Y" ("les yeux dans les yeux"), aspecto fundamental de la televisión que, desde mi punto de vista, remite al cuerpo significante (Verón, 1983). En su trabajo, Eco subraya la oposición "entre las personas que hablan mirando la cámara y aquéllas que hablan sin mirar a cámara"; "...los protagonistas de un incidente filmados por la cámara mientras el hecho se produce, no miran a cámara; los participantes de un debate tampoco, porque la televisión los representa como embarcados en una discusión que podría tener lugar en otra parte; el actor no mira a cámara para crear, justamente, una ilusión de realidad". La mirada a cámara se asocia, en cambio, en la televisión, con otro tipo de verdad. El que mira a cámara le está diciendo al espectador, señala Eco, 'no soy un personaje imaginario, estoy verdaderamente aquí y es a usted a quien le estoy hablando'. La *no mirada* a cámara es pues un "efecto de verdad" en el plano del enunciado, mientras que la mirada a cámara soporta otra verdad: en este caso, "*no se trata más de la verdad del enunciado, es decir, de la adhesión del enunciado con los hechos, sino de la verdad de la enunciación*", concluye Eco.

³ Eco, Umberto (1985 [1983]: 142-143).

⁴ Hay en el texto de Sylvie Blum un juego de palabras intraducible al castellano. La expresión "*cela me regarde*" cuyo sentido literal es "eso me mira", significa en su uso corriente "eso me concierne, me importa".

Desde mi punto de vista, la mirada clavada en los ojos del televidente es la dimensión fundante de la televisión “gran público” que conocemos y consumimos hasta el momento, tal como ella se instaló en las sociedades modernas. El propio Eco afirma que esa operación aparece “desde el comienzo de la televisión”; sin embargo, en ese mismo texto de 1983 la asocia, contradictoriamente, al segundo período que está entonces apenas comenzando, es decir a la neo-televisión. Eco confunde así una dimensión estructural de la televisión, la dimensión del *contacto*, con las características de un período específico de su historia⁵. En un comienzo, dice Eco, “los programas de información tendían a reducir al mínimo la presencia de las personas que miraban la cámara”. No veo ninguna razón para afirmar, como lo hace Eco, que en la paleo-televisión esta presencia “era exorcizada, tal vez intencionalmente” (Eco, 1985 [1983]: 147).⁶ El eje Y-Y emerge *desde el inicio*, y se desarrolla plenamente en poco tiempo: me parece arbitrario pensar que al comienzo se lo trataba de “ocultar”.

La relación de mirada es la condición estructurante genérica de todos los géneros propiamente televisivos; no está pues necesariamente asociada a una operación de veredicción relativa al contenido de lo que se dice y/o se muestra. Usando el viejo modelo de Jakobson, podemos decir que el elemento básico del eje Y-Y es la “verdad” de la función pática (y progresivamente de la función expresiva), y afecta la credibilidad del enunciado, la función referencial, principalmente en el caso del noticiario⁷.

A propósito de la neo-televisión, Eco hace referencia a los programas de juegos, donde los participantes son “verdaderos” y en los cuales el conductor asegura la “verdad” de la enunciación, y a otros tipos de programas animados por un conductor y donde se

⁵ Véase a este respecto: Verón (2001).

⁶ Eco, Umberto (1985 [1983]: 147).

⁷ La importancia estructural del eje “Y-Y” tal vez tenga que ver con la radio. La mayoría de los profesionales que comenzaron a operar en la naciente televisión venían de la radio, un soporte ya instalado en la sociedad. El eje de la mirada tal vez derive del hecho que, de manera muy natural, se le dio imagen a la voz de la radio. Por fin la voz de la radio tenía alguien a quien mirar.

mezclan información, comentarios, juegos, documentales y ficción. Y concluye: “Nos encaminamos pues hacia una situación televisiva donde la relación entre el enunciado y los hechos tiene cada vez menos importancia, en favor de la relación entre la verdad del acto de enunciación y la experiencia de recepción del mensaje por parte del espectador” (Eco (1985 [1983]: 148). Esta descripción de lo que sería la característica básica de la neo-televisión me parece caricatural. Aunque las fronteras entre los géneros hayan sido redefinidas en el segundo período de la televisión, apareciendo como consecuencia nuevas formas de articulación entre ellos, el noticiario, por ejemplo, sigue siendo hasta el día de hoy cualitativamente diferenciable y diferenciado de los programas de juegos, de los “talk-shows”, etc. Esta evolución, desde mi punto de vista, resulta del marco definido por la institución televisión como interpretante del conjunto de la oferta, como veremos en seguida.

Unos años después, la revista francesa *Communications* dedicó su número 51 al análisis de la neo-televisión, que a fines de los ochenta parecía ya claramente instalada en el mundo. “Las perturbaciones que desde hace algunos años afectan el universo de la televisión – dicen Casetti y Odin (1990: 5) en la presentación del número – son de tal amplitud y tienen tales consecuencias sobre el conjunto del paisaje audiovisual, que se ha llegado a hablar de un cambio de era: después de la era de la paleo-televisión, llega la era de la neo-televisión”.

La paleo-televisión es caracterizada por Casetti y Odin a través de dos aspectos fundamentales: su “contrato de comunicación” y la manera en que se estructura el “flujo” de la oferta. El contrato de comunicación de la paleo-televisión es esencialmente *pedagógico*: los televidentes son una especie de “gran clase” y los profesionales de la televisión los “maestros”. La comunicación pedagógica tiene tres características: (1) su objetivo es la transmisión de saberes; (2) se trata de una comunicación voluntarista, y (3) supone una fuerte jerarquización de los roles: hay los que saben, y los que esperan la comunicación de los que saben.

En la paleo-televisión el flujo está sometido a una grilla de programación estructurante: los programas se diferencian claramente

unos de otros, están definidos por géneros (ficción, información, deportes, programas culturales, para niños, etc.), que facilitan la identificación del contrato específico de cada uno, y se ubican en una sucesión preestablecida de horas del día y de días de la semana. La programación puede consultarse en la prensa gráfica dedicada a la televisión. “Esta grilla le permite al espectador elegir, y prepararse para efectuar las operaciones de producción de sentido y de afecto ligadas al contrato de comunicación correspondiente al programa elegido” (Casetti y Odin, 1990: 11).

La neo-televisión, de acuerdo con Casetti y Odin, implica un cambio de “modelo relacional” y los tres grandes aspectos de la paleo-televisión entran en crisis. De pedagógica, la televisión se vuelve próxima y asequible. El televidente comienza a intervenir expresando sus deseos y preferencias en tiempo real, por teléfono y por Minitel⁸. Los géneros centrales de la neo-televisión son los “talk-shows” y los juegos: la pantalla chica se convierte en un espacio de conversación, y la vida cotidiana se vuelve el referente primero de la televisión. Se multiplican los programas “ómnibus” que mezclan los géneros (información, juegos, variedades, ficción, debate) y se montan de manera cada vez más fragmentada. Por primera vez aparecen las referencias de unos programas a otros, y en los noticiarios, por ejemplo, se anticipa el programa que viene a continuación. Las formas audiovisuales se fragmentan también en planos más cortos, con montajes más rápidos y transiciones más bruscas: la neo-televisión coincide con la emergencia del video-clip.

En sus grandes rasgos, esta descripción se aplica a lo que ocurrió, a partir de los años ochenta y con distintos ritmos, en la mayoría de los países. Habría que agregar que el pasaje a la neo-televisión fue más acelerado y contundente en aquellos países con un desarrollo importante del cable, como Canadá y los Estados Unidos, mientras que los países europeos (con excepción, hasta cierto punto, de Italia) estaban mucho más atrasados en la implantación de las redes de cable.

⁸ Un ancestro de Internet, instalado en todos los hogares franceses a principios de los años ochenta.

Para Casetti y Odin, en la neo-televisión no hay contrato. “El rol de los contratos de comunicación es invitar a los espectadores a efectuar el mismo conjunto estructurado de operaciones de producción de sentido y de afectos que el que ha sido movilizado en el espacio de la realización”. Es lo que estos autores llaman el “tercero simbolizante”, y que un semiólogo inspirado en Peirce llamaría simplemente el interpretante. Según ellos, “la neo-televisión no invita a los espectadores a poner en marcha un conjunto de operaciones de producción de sentido y de afectos, sino simplemente a *vivir* y a *vibrar* con la televisión; la relación contractual de tres polos es reemplazada por una relación directa (...) pasar de la paleo-televisión a la neo-televisión es pasar de un funcionamiento en términos de *contrato* de comunicación a un funcionamiento en términos de *contacto*” (Casetti y Odin, 1990: 20).

Esta evolución tiene, según estos autores, dos consecuencias. Por un lado, “la televisión pierde la dimensión de socialidad sobre la que se fundaba el proceso comunicacional de la paleo-televisión [donde] los espectadores de un programa constituían un público; más aun, una colectividad unida por la movilización de un mismo tercero simbolizante (...) mirar la televisión era entonces un acto social; más aun, un acto de socialización⁹. En la neo-televisión, el proceso relacional es fundamentalmente individualista”. Por otro lado, hay un empobrecimiento radical de lo que está en juego en la relación. “Mirar la paleo-televisión implicaba actividades cognitivas o afectivas con una plena dimensión humana: comprender, aprender, vibrar al ritmo de los acontecimientos relatados, reír, llorar, tener miedo, amar, simplemente distraerse. Mirar la neo-televisión no implica más nada de todo esto. La puesta en fase energética es una puesta en fase en el vacío, sin objeto” (Casetti y Odin, 1990: 21).

Que un contrato de comunicación no nos guste, no es una razón para afirmar que no existe: todo producto mediático que sea algo más que una aparición súbita y fugaz, reposa sobre un contrato (im-

⁹ La cuestión del concepto de ‘público’ aplicado a la televisión ha dado lugar recientemente a múltiples discusiones. Véase Dayan (1997) y también Dayan (2000).

plícito, no formalizado), que expresa la articulación, más o menos estable, entre oferta y demanda. Por otro lado si uno echa mano a alguna noción próxima al concepto de interpretante, se trata de un componente estructural de todo vínculo; no es algo que a veces pueda estar presente y a veces no. En todos los sectores de los medios tradicionales (prensa gráfica, radio, televisión) los productos reposan sobre vínculos que buscan estabilizarse y que pueden ser considerados, metafóricamente, contratos de comunicación. Pero de estos contratos hay una gran diversidad, y evolucionan en el tiempo. El vínculo propuesto por la llamada neo-televisión es sin duda distinto al que predominó en el período anterior, pero no obstante es un vínculo que está muy lejos de ser "vacío".

Para estos autores, sólo merece el nombre de contrato de comunicación un vínculo que presupone un gran público estable que consume un mismo producto estable. Esta es, sin duda, la época de la llamada paleo-televisión, caracterizada por unas pocas señales hertzianas, donde los principales programas eran consumidos en el mismo momento por enormes audiencias. Es verdad que en todos los grandes países industriales, esta televisión cumplió un papel fundamental de unificador colectivo en el pasaje a la sociedad de consumo, una suerte de rol civilizador nacional. Dominique Wolton (1990) también echa de menos esa televisión, que él llama "generalista", creadora de un vínculo social muy fuerte apoyado en el simple hecho de que millones de personas consumían los mismos programas, unos pocos programas, en el mismo momento, y con una gran regularidad. Esa época ha terminado, pero no los contratos de comunicación.

Es necesario diferenciar el régimen semiótico dominante a través del cual una tecnología de comunicación se inserta en la sociedad, de la evolución histórica de ese régimen. En términos de régimen semiótico dominante, la prensa gráfica representa la mediatización de la escritura, es decir de la terceridad de Peirce, el cine la mediatización del orden icónico (del orden analógico como representación del mundo), es decir de la primeridad. La radio y la televisión han sido, históricamente, dos modalidades de mediatización del orden segundo, dos modalidades del régimen indicial del contacto, por

vía auditiva en un caso, por vía visual en el otro. En el caso de la televisión "de masas", la mediatización opera a través de la relación de mirada.

En lo que Odin y Casetti describen, siguiendo a Eco, como el pasaje de la paleo a la neo televisión, el "tercero simbolizante" no desaparece sino que se transforma. El contrato de comunicación reposa en ambos períodos en la relación de contacto, pero en un caso y en el otro el contacto remite a interpretantes diferentes.

2. Tres etapas

Mi perspectiva de las dos primeras fases de la televisión es consecuentemente un poco distinta de la que está implicada en las discusiones sobre la paleo y la neo-televisión. No utilizo los términos de 'paleo' y 'neo' dado que, como pienso que estamos entrando hoy en una tercera y última etapa, la dicotomía entre 'paleo' y 'neo' nos obligaría a utilizar alguna noción de 'posneo', cayendo en el mismo error cometido a propósito de la modernidad.

En la etapa inicial, que se extiende desde el momento de la instalación de la televisión en el tejido social, durante los años cincuenta, hasta fines de los años setenta (con reservas relativas a diferencias de ritmo entre distintos países y a la inevitable superposición de características de la primera y la segunda etapas), *el contexto socio-institucional extra-televisivo* proporcionó el interpretante fundamental. La metáfora más clara de la televisión "de masas" de este período es la de *una ventana abierta al mundo exterior*, donde el 'mundo' (el objeto dinámico de esta primera televisión) estaba construido a partir de una *localización nacional*. Esta es la razón por la cual, tanto bajo el régimen de monopolio del Estado en Europa, cuanto bajo el régimen de propiedad privada característico de las Américas, el rol de esta televisión fue esencialmente el mismo. Tanto en un caso como en el otro, el interpretante central es el Estado-Nación, en un sentido a la vez político y cultural. La publicidad, componente esencial de este contrato, aceleró probablemente el proceso en los Estados Unidos en comparación con Europa, teniendo en cuenta que la publicidad

comporta dimensiones que van mucho más allá de la lógica de consumo del marketing (Verón, 1994). En todo caso, lo que hizo posible (y enormemente eficaz) este contrato de comunicación fue *la escasez de la oferta*.

Desde el punto de vista de la estrategia enunciativa, el interpretante Nación busca activar en recepción posiciones del destinatario que están de alguna manera marcadas por una dimensión de ciudadanía, aunque el vínculo es el de un contrato de comunicación y no el de un contrato político. Los colectivos *formales* del dispositivo de la democracia no son colectivos de comunicación (Verón, 2001). Es verdad, sin embargo, que en esta primera fase el colectivo *comunicacional* de los 'ciudadanos-televidentes' y el colectivo *formal* de los 'ciudadanos' tienden *empíricamente* a coincidir. Después, estos colectivos han ido disociándose cada vez más.

Los años ochenta son en buena medida un período de transición entre la primera etapa y la segunda. La segunda fase es aquella donde, siempre dentro del marco del vínculo indicial que caracterizó desde el principio el dispositivo, *la televisión misma se convierte en la institución-interpretante*. Se comprende fácilmente que esta focalización en el medio mismo en tanto institución, haya sido menos conflictiva en el contexto de una televisión esencialmente privada y comercial que en el contexto europeo, donde esta transformación implicaba una pérdida importante para el territorio del espacio público del Estado. Esto tal vez explique que para ciertos investigadores europeos, esta nueva televisión haya sido percibida contradictoriamente como un medio sin contrato de comunicación.

La segunda fase se extiende desde principios de los años ochenta hasta finales del siglo (y del milenio). Las formas del discurso se corresponden con esta transformación en el plano del interpretante: "interiorización" del espacio de los noticiarios, por ejemplo, que yo había estudiado en su momento¹⁰; emergencia de los programas de juego y de los "talk-shows", ya señalada por Eco; aparición de formatos breves en la programación, acelerada por la generalización del

¹⁰ Véase Verón (1981); y también "Il est là, je le vois, il me parle" (Verón, 1983).

videoclip como unidad retórica, etcétera.¹¹ Una de las consecuencias importantes de esta multiplicación de operaciones auto-referenciales ha sido la creciente visibilidad de las estrategias enunciativas. Lo esencial de esta segunda etapa es que la televisión, al transformarse en la institución-interpretante en producción, se desprende definitivamente del campo político.

El pasaje al tercer milenio comporta el esbozo de una tercera etapa en la historia de la televisión "de masas". Desde el punto de vista de las estrategias enunciativas (es decir, desde el punto de vista de la producción) el interpretante que se instala progresivamente como dominante es *una configuración compleja de colectivos definidos como exteriores a la institución televisión y atribuidos al mundo individual, no mediatizado, del destinatario*. Considero la "explosión" de los reality-shows como un síntoma de la entrada en esta tercera etapa. No me parece absurdo pensar que pueda ser la última: esta tercera fase anunciaría el fin de la televisión "de masas".

En síntesis. En la primera etapa, el Estado-Nación es el interpretante, el mundo es el objeto dinámico, el representamen se estructura a través del eje indicial de la mirada. En el noticiario, el conductor asegura el contacto a través del eje "Y-Y" y por lo demás remite la credibilidad de lo que enuncia al peso de la función referencial materializada en las imágenes del "mundo". Es lo que llamé el "enunciador ventrílocuo"; el conductor no tiene todavía espesor propio y la institución televisión no tiene arquitectura (Verón, 1983). Las dimensiones pática y referencial (volviendo una vez más a las categorías de Jakobson) están disociadas: el conductor encarna el contacto, y el mundo es lo-real-en-imágenes, siguiendo el viejo modelo del documental cinematográfico. Si la televisión es una ventana abierta al mundo, el conductor simplemente se ha asomado a esa ventana un poco antes que el telespectador, y le cuenta y le muestra lo que ha visto.

¹¹ Sobre esta evolución de las formas, se encontrará una discusión a propósito de los programas de divulgación científica en De Cheveigne, Suzanne y Verón, Eliseo, *Formes et lectures de la vulgarisation scientifique à la télévision*, Informe final para el Ministerio de la Enseñanza Superior y la Investigación, Paris (inédito). Una parte de los resultados de esta investigación han sido publicados en la revista *Hermès*, n° 21, "Science et Médias"

En el progresivo pasaje a la segunda etapa, la función pática encarnada por el conductor se enriquece con una función expresiva cada vez más importante, y esta combinación va a “absorber” la función referencial: el contacto se transforma en confianza, y este vínculo pasará a fundar la credibilidad del enunciado. Roger Gicquel, el más célebre conductor de noticiario en la Francia de los años ochenta, describió esta nueva situación con toda claridad en el transcurso de un debate televisivo sobre los noticiarios: *es porque expresamos nuestras dudas que los televidentes nos creen*. En esos años ochenta surgen, en el campo de la divulgación científica, los primeros programas exitosos donde la institución televisión se ha desembarazado, en cierto modo, de los científicos como representantes, ajenos a la televisión, del conocimiento: el conductor de televisión aparecerá como enunciador legítimo del discurso sobre la ciencia y la institución televisión como el espacio propio y autónomo de ese discurso¹².

Una cierta crisis de la credibilidad de los medios informativos en general, y de la televisión en particular, comenzará a sentirse en la segunda mitad de los años noventa. Es entonces que se inicia el deslizamiento hacia una tercera etapa: los diversos aspectos del mundo cotidiano del destinatario comenzarán a aglutinarse en lo que será un nuevo Interpretante. En el pasaje de un milenio al otro se produce la explosión de los “reality shows” con sus enormes audiencias, que marcarán el fin de una historia. El mundo del destinatario irrumpe en la institución televisión, no como ocupando un lugar definido por un género (como en el caso de los juegos y otros entretenimientos en los que aparece un “público”) sino como representantes del “afuera”. Los participantes de los “reality shows” son los *aliens* del planeta televisión, y serán seleccionados mediante una serie de reglas que aseguren, entre otras cosas, la autenticidad de su origen. Esas reglas son comparables a las de un “casting” de un producto de ficción televisiva, pero sería un error, con ese y otros pretextos semejantes, asimilar los “reality shows” a la ficción: en la semiosis de la televisión de la tercera etapa, cumplen la función exactamente opuesta a la de los productos de ficción¹³.

Si en el nivel estructural se la puede definir como fundada en el vínculo indicial del contacto, la televisión histórica “de masas” comporta a su vez, *mediatizadas*, las tres dimensiones de la semiosis de los actores individuales: la primeridad de los afectos e imágenes, la secundariedad de los hechos y relatos, la terceridad de las reglas encarnadas en el lenguaje. El punto clave es que la mediatización implica fenómenos de ruptura de escala: la televisión instala a nivel colectivo procesos semióticos que, antes de la mediatización, estaban confinados en el plano microscópico de las relaciones interpersonales entre los actores sociales. La observación de Casetti y Odin a propósito de la pretendida ausencia de contrato de comunicación en la neo-televisión, según la cual “la puesta en fase energética es una puesta en fase en el vacío, sin objeto”, expresa un vacío, no de la televisión, sino de nuestros instrumentos conceptuales: estamos ya, al parecer, más o menos habituados a pensar la mediatización del discurso escrito, pero *nos faltan conceptos para describir y comprender dispositivos mediatizados de gestión colectiva de impresiones, afectos y vínculos indiciales*. El hecho de que la paleotelevisión estuvo encuadrada por el interpretante Estado-Nación, demoró tal vez la toma de conciencia de estas dificultades teóricas. Sin embargo, para entender el fenómeno de la televisión en la modernidad tardía necesitamos esos conceptos, y en particular para describir y comprender procesos tan complejos como una campaña electoral en democracia.

3. Una disyuntiva viciosa

En un trabajo reciente, Guy Lochar (2001) nos invita a “pensar de otra manera” la historia de la televisión. “Tras medio siglo de desarrollo, la televisión está hoy dominada por la necesidad de interrogarse acerca de su propia historia” (439-453). Haciendo una suerte de balance de los trabajos publicados en Francia, Lochar distingue dos maneras de abordar la cuestión de la historia de la televisión: una perspectiva “discontinua” y otra que subraya la importancia de ciertas “leyes estructurales” (y que, en los términos de esta lógica de exposición del tema, tendería a ser “continua”).

¹² Véanse los trabajos citados en nota 11.

¹³ Un ejemplo de esta asimilación se encontrará en Jost (2001).

En el campo de la investigación académica, Lochard evoca seis trabajos que ilustran, según él, el punto de vista discontinuista. Uno de ellos es el de Umberto Eco, “prolongado por un artículo de carácter más teórico de Francesco Casetti y Roger Odin” (Lochard, 2001: 443), que ya hemos discutido. De los restantes trabajos citados, dos están consagrados a géneros específicos: el noticiario (Brusini y James, 1982) y los programas de debates (Noël Nel, 1988). Ambos aportan elementos detallados que confirman la periodización general propuesta en el capítulo anterior. Otro de los trabajos citados por Lochard es el de Missika y Wolton, que insiste sobre todo en la transformación que lleva de una televisión a la vez estatal y “de masas”, a una televisión “fragmentada” (Missika y Wolton, 1983). En cuanto al libro de Jérôme Bourdon (1994), tiene un interés exclusivamente francés, aunque no contradice en nada una periodización más global como la que aquí me interesa. Lochard cita en fin los análisis de Jean-Marc Vernier (1988), que intentan tipologizar las imágenes televisuales. La *imagen en profundidad* definida por Vernier corresponde exactamente a la etapa de la televisión “ventana abierta al mundo”. La *imagen superficie* y la *imagen fragmento* son dos aspectos claves de lo que es para mí la segunda etapa. En cuanto a la *imagen interactiva* y la *imagen virtual*, propuestas por Vernier en un artículo posterior, comportan hipótesis muy interesantes relativas a lo que yo tematizo como el fin de la televisión “de masas”, aunque su discusión excedería los límites del presente trabajo (Vernier, 1999).

A estos diversos esfuerzos por historicizar la televisión, Lochard opone observaciones como las de François Jost, “quien, reaccionando ante ciertos discursos críticos sobre la emergencia de los reality shows en los años noventa señala la existencia, desde comienzos de los años cincuenta, de emisiones que aseguraban una misma función ‘mediadora’ jugando, como lo atestiguan por sí mismos los títulos, con el poder de captación de formas explícitamente alocutivas” (Lochard, 2001: 444-445). No discutiré aquí el punto de vista de Jost, que Lochard encuentra “saludable”. En todo caso, parece difícil aceptar una lista de títulos de programas de los años cincuenta como equivalente de un análisis de la construcción de dichos programas, o la hipótesis simplista según la cual los reality shows se caracterizan por la presencia de operaciones alocutivas.

Lo que en definitiva no se comprende del punto de vista de Lochard es la razón por la cual sería contradictorio reconocer por un lado la existencia de dimensiones estructurales propias a la *forma histórica* en que la televisión se insertó en las sociedades modernas, e identificar por otro lado etapas en su evolución. De hecho, Lochard menciona dos de esas dimensiones (el directo y la mirada a cámara) asimilando la segunda a lo que él llama restricciones o parámetros situacionales, término que me parece poco feliz. Tras haber construido de manera artificial un “bloqueo” entre dos alternativas presentadas como excluyentes (ser discontinuista o ser continuista) Lochard nos invita a “renunciar a convocar sistemas explicativos holísticos anclados en una concepción lineal del tiempo histórico”, conclusión que tiene un tono algo grandilocuente respecto de la modestia y el alcance de los trabajos discutidos. Que en la historia de la televisión, como en toda historia, haya “varios niveles de *temporalidades* (políticas, institucionales, técnicas, comunicacionales)” (Lochard, 2001: 451) es algo con lo que sin duda todos los investigadores de la televisión estarán de acuerdo, pero es también una banalidad, y como tal no ayuda mayormente a “pensar de otra manera” la historia de la televisión.

Ni en las consideraciones de Lochard, ni en las observaciones polémicas de François Jost en las que Lochard se inspira, aparece la pregunta acerca de qué punto de vista se adopta cuando se intenta hacer la historia de las formas del discurso televisivo: en la gran mayoría de los casos, se trata de lo que yo llamo *análisis en producción*, es decir, análisis de operaciones discursivas identificables en los productos tal como han llegado hasta nosotros. Para el período que describí más arriba como primera etapa de la televisión “de masas”, encuadrada en el interpretante Estado-Nación, el análisis en producción es el único directamente posible: los procesos de reconocimiento pueden, en el mejor de los casos, ser inferidos indirectamente a través de resonancias socioculturales atestiguadas en otros discursos y documentos. ¿Qué significa afirmar que emisiones de principios de los años cincuenta aseguraban “una misma función mediadora” que los reality shows actuales? Fórmulas de este tipo comportan hipótesis implícitas sobre la recepción que están lejos de ser evidentes y resultan, además, directamente inverificables. Sólo respecto de la

segunda etapa de la historia de la televisión, es decir a partir de la multiplicación de las investigaciones sobre la recepción en los años ochenta, disponemos de datos referidos tanto a la producción como al reconocimiento, que permiten trabajar en una historia un poco más completa. No basta pues que un investigador de fines de los años noventa esté dispuesto, como François Jost, a “visionar los programas de los años cincuenta”, para resolver la alternativa planteada por Lochard entre discontinuismo y continuismo: el círculo del procedimiento *ex post facto* es aquí claramente vicioso.

4. Convergencia tecnológica, divergencia de imaginarios

En el mercado de los medios están operando las mismas tendencias que afectan a los mercados de consumo en general: una creciente divergencia entre oferta y demanda. Tras la fuerte convergencia de los años cincuenta y sesenta, que siguió al fin de la segunda guerra mundial, ya entonces fue la emergencia de una red, la red de la gran distribución (los “hiper”) la que encarnó, desde los años setenta, una primera perturbación fuerte de la interfaz oferta/demanda en los mercados de consumo y que inició lo que después se discutirá como la crisis de las funciones tradicionales de las marcas comerciales. En el campo de los medios, el sector de la prensa gráfica es el primero donde la divergencia comienza a sentirse, a partir de los años ochenta: es el momento en que, como respuesta, comienza a desarrollarse sistemáticamente el marketing de medios y empieza a discutirse explícitamente la crisis de los diarios en el mundo.

En la segunda mitad del siglo pasado, la televisión fue el medio que “arrastró” el conjunto del proceso de mediatización. Durante la segunda y la tercera etapas de la periodización que hemos discutido, se produce el crecimiento exponencial de la oferta a través de la implantación del cable primero y de la televisión satelital después.

Para comprender la situación actual es necesario abarcar el conjunto del proceso de la mediatización, viejos medios y nuevas tecnologías: del lado de la oferta, estamos asistiendo a una integración

tecnológica sin precedentes. Hasta hace una década, tres grandes industrias - telecomunicaciones, informática y televisión gran público - tuvieron historias separadas. La informática y las telecomunicaciones eran dos sectores de prestación de servicios, con sus propios nichos de mercado. La televisión era el único sector productor de contenidos. Gracias al Protocolo Internet, los tres sectores convergen hoy tecnológica y comercialmente. De servicios separados, pasamos a servicios integrados; de plataformas independientes a plataformas multiuso; de proveedores separados a proveedores multiservicio. Este proceso está dando fin a la tercera (y última) etapa de la televisión “gran público” que conocimos, porque el sector audiovisual tradicional es el más perjudicado en su estructura de negocios. Pero hay que entender que esta convergencia tecnológica no implica una homogeneización, sino todo lo contrario: producirá una diversidad creciente de modalidades de uso. Convergencia creciente en producción, divergencia creciente en recepción: la distinción entre producción y reconocimiento es hoy más necesaria que nunca.

El elemento central de la evolución en curso es que la programación del consumo pasa de la producción a la recepción: en el sector audiovisual de la mediatización, se trata de un fenómeno radicalmente nuevo. Paradójicamente y como consecuencia, Internet hace posible que los “nuevos medios” se parezcan a los viejos medios de la escritura - el libro y la prensa gráfica: finalmente, las textualidades audiovisuales escapan a la grilla de programas y se transforman en discursividades disponibles en todo momento para el consumidor.

Si bien el fenómeno es radicalmente nuevo desde la emergencia de la televisión tradicional en los años '50 del siglo pasado, la “liberación” del consumidor de la grilla de programas se fue perfilando poco a poco: estamos asistiendo ahora a la culminación del proceso. La videocasetera, el control remoto, la pre-programación, fueron creando una distancia creciente entre el tiempo de la oferta y el tiempo del consumo. El noticiero “globalizado” de la CNN despegó la producción audiovisual del tiempo social-local del receptor. La generalización del cable, con la consiguiente multiplicación de la oferta, combinada con el control remoto, generó el fenómeno del zapping. A lo largo de la segunda mitad del siglo pasado, se pasó de

un receptor pasivo, prisionero de la grilla de programación de una oferta escasísima, a un receptor autónomo y activo, que consume el audiovisual que desea consumir en el momento que él elige para hacerlo. Este proceso implica una creciente divergencia entre oferta y demanda y una decreciente importancia del directo y del consumo "en tiempo real".

¿Habrán productos audiovisuales que quedarán necesariamente asociados al dispositivo tradicional del directo-en-tiempo-real-los-ojos-en-los-ojos? Pienso que sí, en particular, obviamente, en el campo de los espectáculos deportivos. En las sociedades modernas, la televisión marcó el tiempo social de la cotidianeidad durante 50 años, y ese contrato de comunicación no va a desaparecer de la noche a la mañana. La percepción del aquí-y-ahora del funcionamiento social es un elemento central de la relación de los actores con la sociedad en que viven, y las tecnologías de comunicación seguirán jugando un rol central a ese respecto. Dicho esto, el individualismo de la modernidad fue socavando, a lo largo del siglo pasado, múltiples dispositivos institucionales. Ahora le llegó el turno a la televisión.

Mi hipótesis es que lo que perdure de ese dispositivo histórico de convergencia temporal entre la oferta y la demanda, va a adquirir un nuevo sentido en el contexto de la libertad de programación del receptor. Como se diría en una telenovela globalizada cualquiera: "Estoy aquí y ahora mirándote, consumiendo tu producto, porque me da la gana. ¿Me entiendes? Oye, ¿qué más da? ¿Qué hay de malo en ello?"

Bibliografía

- BLUM, Sylvie (1981). "Les yeux dans les yeux", en *Le Monde Diplomatique*. Paris.
- BOURDON, Jérôme (1994). *Histoire de la télévision française sous de Gaulle*. Paris: INA-La Documentation française.
- BRUSINI, Hervé y JAMES, Francis (1982). *Voir la vérité*. Paris: Presses Universitaires de France.
- CASSETTI, Francesco y ODIN, Roger (1990). "De la paléo- a la néo-

télévision", *Communications - Televisions mutations*, n° 51, pp. 9-25

DE CHEVEIGNE, Suzanne y VERON, Eliseo, *Formes et lectures de la vulgarisation scientifique à la télévision*, Informe final para el Ministerio de la Enseñanza Superior y la Investigación, Paris (inédito). Una parte de los resultados de esta investigación han sido publicados en la revista *Hermès*, n° 21, "Science et Médias".

ECO, Umberto (1985). "TV: la transparence perdue", en *La guerre du faux*. Paris: Grasset. (Trad. Esp. (1994), "TV: la transparencia perdida", en *La estrategia de la ilusión*. Buenos Aires, Lumen).

DAYAN, Daniel (2000). "Télévision. Le presque-public", *Réseaux*, n° 100, pp. 429-456

_____ (1997) *En busca del público*, Barcelona: Gedisa.

JOST, François (2001). *La télévision du quotidien. Entre réalité et fiction*. Bruselas: INA-DeBoeck Université.

LOCHARD, Guy (2001). "Penser autrement l'histoire de la communication télévisuelle", *L'Année Sociologique*, vol.51, n° 2, pp. 439/453

NEL, Noel (1988). *A fleurets mouchetés. 25 ans de débats télévisés*. Paris: La Documentation Française.

NETO, Antonio Fausto y VERÓN Eliseo (2003). *Lula presidente. Televisão e política na campanha eleitoral*. São Leopoldo: Hacker-Unisinos.

MISSIKA, Jean-Louis y WOLTON, Dominique (1983). *La folle du logis. La télévision dans les sociétés démocratiques*. Paris, Gallimard.

VERON, Eliseo (2001). *El cuerpo de las imágenes*, Buenos Aires: Grupo Editorial Norma.

_____ (1994), "La publicité ou les mystères de la réception", en *Mscope*, n° 8, pp. 120-125 (Trad. Esp. en: Eliseo Verón, *Fragmentos de un tejido*, Barcelona: Gedisa, 2004).

_____ (1983), "Il est là, je le vois, il me parle", *Communications*, Paris, n° 38, pp. 98-120

_____ (1981), *Construire l'événement*. Paris: Editions de Minuit. (Trad. Esp.: (1983), *Construir el acontecimiento. Los medios de comunicación masiva y el accidente en la central nuclear Three Mile Island*. Buenos Aires: Gedisa).