

LANDI, OSCAR: Devórame otra vez. Qué hizo la televisión con la gente, qué hace la gente con la televisión, "El televidente y su pantalla", Buenos Aires, Planeta, 1993.

EL TELEVIDENTE Y SU PANTALLA

HE AQUÍ LO QUE HA QUEDADO de cada uno de nosotros cuando nos convertimos en espectadores televisivos: "Desposeído de su cuerpo, enfrentado, por él mismo, a la caricatura de su deseo, invadido por un universo inmediatamente accesible pero descorporeizado y sistemáticamente fragmentado, asentado en la sistemática pseudoexperiencia —donde todos los objetos, sucesos y espacios son espectacularizados e irrealizados—, desposeído de toda intimidad, huérfano de ritos, vaciado de cualquier otro trabajo que no sea el oprimir —frenéticamente, pero también monótonamente— los botones del mando a distancia, ese nuevo y teratológico cordón umbilical, el espectador ya ni siquiera puede ser pensado en términos de neurosis (...) pues es un espectador desintegrado —como están fragmentados los mensajes que recibe—, vacío —como está vacío el lugar del sujeto de la enunciación en el discurso que le habla— un espectador, en suma sometido a una posición psicótica".¹ Esta suerte de videoclip conceptual utilizado para describir al pobre mortal que se le ocurrió comprar un televisor y encenderlo para nunca más poder apagarlo, continúa una larga tradición apocalíptica sobre los efectos de la televisión. Aunque es justo reconocer, lo hace de una manera antropológica e integral, a partir de ciertas características que tendría el mundo posmoderno en que vivimos actualmente.

Al televidente no le han faltado diagnósticos acerca de la gravedad de su estado: manipulado, alienado, idiotizado, alucinado y, ahora, parece ser que se lo podría ubicar en algún capítulo de la psicopatología más severa. Tales afirmaciones lapidarias solo pueden explicarse porque el que las hace se aferra a alguna noción de normalidad, cultura verdadera, transparencia informativa y relaciones interpersonales auténticas desde

las cuales sentencia sobre el televidente, porque, en realidad, todavía no sabemos a ciencia cierta qué pasa entre la pantalla y las personas y cuáles son los complejos efectos que en ellas tiene la TV. Por nuestra parte, optaremos por apelar a la descripción de la condición de televidente y abordaremos las ambigüedades y complejidades que contiene su condición.

En términos generales, la gente elige el programa que va a ver desde la oferta que le brinda la misma pantalla. Todos los medios en sus primeras etapas atrajeron al público por sí mismos: durante décadas, primero se decidía ir al cine y luego se elegía el film que se vería; más aún, se podía ir al cine por el hábito de ir a una sala determinada casi sin saber que película se estaba dando ese día. Con el tiempo el público de cine se hizo más selectivo y, en términos generales, ahora es atraído en primera instancia por un film determinado y a partir de ello toma la decisión de ir al cine. ¿Pasará lo mismo con la televisión con el tiempo? La respuesta no es fácil, dado que en este caso el proceso mismo de elección desde la pantalla ejerce su propia atracción sobre el televidente y la oferta de programas es cada vez más grande y múltiple. La oportunidad está en la pantalla. Una fórmula de transacción la ofrecen los canales especializados en cierto tipo de programas (cine, videoclips, educativos, etc): desde el gusto por un género se puede llegar a determinado canal, pero se sigue eligiendo el programa específico desde la pantalla. La televisión satelital acentúa este procedimiento por la incertidumbre que introduce sobre la programación que se puede recibir y no conocemos.

La TV se consume de manera fragmentada y difícilmente una persona vea un programa entero sin ningún tipo de interrupción. Esta característica propia del medio que construye precisamente su lenguaje con fragmentos, se vio reforzada por la aparición del control remoto y el ejercicio del zapping.

Podríamos denominar al zapping como una suerte de "falso apagar": anula un vínculo con la pantalla mediante la creación de otro. En un principio fue interpretado sólo en su aspecto de recurso del televidente para evitar la publicidad; a esta altura puede ser entendido también como síntoma de la cultura televisiva que mucha gente fue adquiriendo, de su competencia para manejar códigos audiovisuales, de su habilidad para manejar fragmentos. Eliseo Verón explica que "Los investigadores norteamericanos han identificado cuatro tipos de comportamiento. El zapping propiamente dicho, acto de cambiar de canal cuando llega la tanda publicitaria que corta un programa. El zipping, que consiste en acelerar el pasaje de un programa que el individuo ha grabado en videocasete, con el fin de "saltar" los spots publicitarios. El flipping, que cambia de programa durante una emisión, sin que ese cambio tenga ninguna relación con la

tanda publicitaria. Y por último el grazing, que es una ida y vuelta permanente entre dos programas y que traduce la voluntad de seguir varias emisiones simultáneas". Este último caso es el más interesante de comprender, pues remite a un uso productivo de la TV por parte del televidente y pone en juego competencias audiovisuales más complejas.

¿Qué es lo que sostiene y recrea permanentemente este vínculo con el televisor? ¿Cuál es el goce que brinda la televisión a su audiencia? La pantalla puede generar en el espectador cierta fascinación sugestiva, identificaciones con personas que lo atraen, pero el goce que lo liga a ella tantas horas por día no puede reducirse a estos fenómenos.

No vamos a develar en estas líneas el misterio que nos convoca, pero intentaremos aproximaciones y metáforas sobre el mismo apelando en primer lugar a teóricos del cine. Christian Metz en su trabajo *El significante imaginaria* sostiene que el espectador de cine se identifica antes que nada con su propio acto de mirar, que constituye una suerte de condición de posibilidad de la existencia del film percibido. La explicación parte entonces del reconocimiento del lugar desde el que ejerce su mirada gracias a la tecnología del medio. En el caso de la televisión este lugar imaginario de "poder visual" se torna más complejo y poderoso. El noticioso de la noche, por ejemplo, le permite situarse en el lugar de la cámara que ha grabado noticias durante el día, de la que está transmitiendo imágenes y sonido de manera directa y hasta de la cámara cinematográfica cuyas filmaciones documentales, por ejemplo, puede emitir fragmentariamente el programa.

La transmisión directa que puede realizar la TV la diferencia del cine: no sólo nos permite adquirir cierta perspectiva visual, sino además le da un carácter contemporáneo a las situaciones que destilan por la pantalla. La posibilidad de volver a repetir una situación o escena permite una aproximación muy detallada a la misma y el replay también funciona como una suerte de criterio de verdad para constatar y juzgar ciertos hechos.

Por otra parte, las transmisiones directas de la TV posibilitan la creación de una suerte de "suspense real" por oposición al "fabricado", que se sostiene en el pacto ficcional que establece el espectador con un film y que está basado en la suspensión de la creencia en la realidad de lo que se está viendo en la pantalla. La TV posibilita viajar por el mundo y aproximarnos a situaciones dramáticas desde un lugar de mirar protegido.

Martín Jay plantea que la era moderna ha sido dominada por el sentido de la vista de un modo tal que se aleja de su antecesor premoderno y posiblemente también de su sucesor postmoderno. Empezando por el Renacimiento y la evolución científica, la modernidad ha sido resuelta-

mente considerada como "oculocéntrica". La invención de la imprenta reforzó el privilegio de lo visual, favorecido por invenciones tales como el telescopio y el microscopio. Uno de los órdenes visuales fundamentales del surgimiento del mundo moderno fue el de la perspectiva, por la cual el espectador podía ver un cuadro o espectáculos teatrales desde una posición de visión desde la que nada se le escapaba del paisaje en la tela o de los actores en el escenario. Era un observador externo y privilegiado del conjunto de lo representado por el autor en la obra, el que disponía todo para facilitar ese tipo de mirada. El espectáculo televisivo actual refuerza y altera esta situación: la cámara nos saca del lugar fijo de la butaca de teatro renacentista y nos hace participar de los hechos desde muchas perspectivas, potencialmente infinitas.

De tal modo, el cine y la TV desde sus múltiples ángulos de visión y montaje no sólo nos muestra una escena o un hecho en particular, sino que nos coloca en un nuevo horizonte de mirada que genera la situación imaginaria de poder visual que está en la base de nuestro vínculo positivo (y narcisista) con la pantalla.

En una suerte de segundo nivel, se sitúa la gratificación específica que brinda el tipo de programa que se está viendo: la identificación con ciertas situaciones, compartir y elaborar hechos dolorosos, sentirse a salvo de las desgracias de otros, reírse y entretenerse, informarse, descifrar el lenguaje gestual y corporal de las personas que desfilan por los programas.

En suma, sobre la base del placer brindado por el lugar del "poder visual" definido en la relación entre el espectador y la pantalla, se abre el juego de las posibles identificaciones personales del televidente con personajes y pasiones: este adquiere saberes, se entretiene, participa del humor y es tentado por modelos de consumo y por modas. Disfruta, se olvida de los problemas diarios, se aburre, critica los programas, se pregunta por qué le cuesta tanto apagar la tele, hace pasar el tiempo, se fascina con paisajes lejanos e inaccesibles (geográficos y humanos), forma sus preferencias políticas. Nada más ni nada menos.

En la década del sesenta, McLuhan planteó que la TV no solo multiplicaba las perspectivas desde las cuales se podía mirar un hecho de la vida cotidiana o una obra de arte, sino que también era un medio que no toleraba un observador distanciado, "fuera del marco del cuadro", como el de la pintura del Renacimiento. La TV involucraba, absorbía al televidente, pues no tenía un lenguaje cerrado y pleno de información sino mensajes de baja definición. "El modo de la imagen de la televisión no tiene nada en común con la del cine y la fotografía salvo que brinda también una *gestalt* o postura de formas que no es verbal. Con la televi-

sión, el espectador es la pantalla. Está sometido a un bombardeo de impulsos luminosos que James Joyce llamó «La carga de la brigada luminosa» que imbuye en la «piel de su alma nociones subconscientes». Visualmente, la imagen de la televisión es pobre en datos. La imagen de la televisión no es una imagen fija de vistas. No es fotografía en ningún sentido sino un contorno de cosas que está formándose incesantemente. Para este autor, la imagen de televisión ofrece al que la recibe más de tres millones de puntos por segundo; de ellos el espectador solo acepta una pocas docenas a cada instante, con las que hace una imagen. De tal modo, la TV exige del televidente una actividad sensorial para definir en formas determinadas el incesante flujo de la pantalla. En este sentido es un medio "frio" y exige la participación del televidente para definir sus propias secuencias de imágenes en constante transformación y superposición.

Como todo lo que planteó este pope de la comunicación -con su mezcla de audacia y desmesura-, la clasificación de los medios según el grado de definición de sus mensajes es discutible. Sin embargo, leídos de nuevo en el presente, podríamos decir que con estos análisis instaló una idea que resiste al tiempo: es precisamente en el elemento que la hace atractiva para las personas -las imágenes- donde reside el punto vulnerable de la TV. Este medio efectivamente absorbe al televidente, pero porque reclama su actividad y no porque lo transforme en un sujeto pasivo y maleable al antojo de la pantalla. Esto no quiere decir que los periodistas del telenoticioso o de los programas políticos, los artistas y, sobre todo, las empresas televisivas, no tengan sus ideas y estrategias para producir efectos en las emociones y en las ideas de la gente. Pero el lenguaje es resbaladizo en sus significados no sólo para quien escucha sino también para el que lo está utilizando para comunicarnos algo. La cámara en la calle es impredecible; la competencia por la audiencia no permite directivas demasiado rígidas y hasta las construcciones más elaboradas y controladas pueden tener sus fisuras. Nuestro desconocido Yoshiyuki Takahashi, por ejemplo, produjo hace poco uno de los lapsus más esplendorosos de la historia del discurso televisivo bajo control. Este cameraman de la cadena japonesa NHK estaba cubriendo el encuentro entre el presidente norteamericano George Bush y el premier japonés Kiichi Miyazawa en Tokio y dejó su cámara encendida sobre la mesa frente a la que estaban los mandatarios justo en el momento en que Bush se desmayó y cayó vomitando en los brazos del líder japonés. Irrumpió entonces en la sala de prensa a la que llegaba la transmisión una de las más fuertes metáforas visuales de la política contemporánea.

Queda, sin embargo, por considerar el tema desde otro ángulo muy importante. En la relación entre el espectador y su pantalla se hace cada

vez más borrosa la distinción entre ficción y realidad. Por una parte, esto obedece a la evolución y consolidación de ciertos géneros de programas como los de entretenimientos y premios, en los que se mezcla el carácter de verdadero o erróneo de las respuestas de los concursantes con un relato espectacularizado de la situación. También esto se activa en los programas que pueden llegar a presentar al mismo tiempo música, deportes, entrevistas, ficción, información, cámara sorpresa, blooper, juegos con premios y comentarios. Estos programas contenedores son una especie de megagenero que moviliza registros muy diferentes uno detrás del otro, cuando no superpuestos. Se perfila así una especie de programas en los que el problema de la veracidad de los enunciados empieza a ser ambiguo, mientras que la veracidad del acto de enunciación es absolutamente indiscutible: el presentador está allí frente a la cámara, y habla al público, representándose a sí mismo y no a un personaje ficticio. El carácter verdadero o no de lo que se está diciendo en el programa se subordina cada vez más a la autenticidad de la televisión que lo emite. "Entra así en crisis la relación de verdad factual sobre la que reposaba la dicotomía entre programas de información y de ficción, y esta crisis 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 la realidad." Por ello la TV es cada vez más autorreferente, habla de sí misma, muestra a sus camarógrafos trabajando, es la verdadera portadora de hechos y enunciados que pueden ser o no verdad pero que, en todo caso, existen en una pantalla que sí es verdadera.

La TV da entonces existencia a los acontecimientos y personas, lo que se refuerza por la fascinación de los múltiples ángulos de visión de los que nos hace participar, por la anulación de las distancias que produce la transmisión en vivo vía satélite. El continuo de la pantalla construye un errático sistema de referencias universal, desterritorializado, no atado a los entornos geográficos más inmediatos de los televidentes. La "aldea global" produce un efecto de realidad, da existencia a coordenadas nuevas de espacio y tiempo en las que nos movemos sin salir de casa. Cuando la sugestión se mezcla con la ficción tenemos en ciertos sectores de la audiencia un estado confusional por el cual, por ejemplo, la producción de la famosa serie norteamericana *Hospital Central*, parodiada en la película *Tootsie*, recibía miles de cartas por semana que pedían una receta médica luego de contar los síntomas de la enfermedad que aquejaban al firmante. Estos estados tienen historia: en múltiples manifestaciones de la cultura la divisoria entre el escenario y el público se hizo borrosa; que lo digan los viejos actores de radioteatro que representaban a los malos de la obra:

cuando salían por los teatros o por las calles muchas veces eran agredidos por personas indignadas por el comportamiento de su personaje en la obra. A veces salimos por un instante de nuestra realidad y testamos el saludo del locutor del noticioso cuando cierra el programa con un "buenas noches".

Sin embargo habría que distinguir entre la capacidad constructiva de la realidad de las imágenes televisivas y la confusión de parte de la audiencia frente a programas de ficción tomados por una realidad. La realidad no existe sino construida mediante el lenguaje y, en este sentido, los relatos orales, la escritura, la imprenta, la radio y la TV no se diferencian en nada: todos los medios contruyen una realidad. La actual producción de imágenes conforma un mundo de pantallas (TV, videogames, computadoras), frecuentemente conectadas por medio de satélites, que nos provocan a distancia "efectos de realidad".⁸

La mezcla o confusión entre la información y la ficción es otra cuestión de la que entramos y salimos todo el tiempo frente al televisor sin perder, por último, el principio de realidad, aunque estemos equivocados en nuestra apreciación de la misma. Los casos sin retorno, los que confunden sin remedio la ficción con la realidad, nos ubican ante un sector menor de la audiencia que posiblemente encontraría también fuera de la televisión materiales para su alucinación: relatos familiares, fotos, miradas, sueños, voces de la radio, etcétera.

El desarrollo de las culturas audiovisuales pone bajo control el funcionamiento del aparato de TV que, sin duda, nos ofrece una secuencia de imágenes que construyen ciertas realidades cotidianas, culturales y políticas de nuestras sociedades. Sin embargo, no creemos apropiado desembocar por ello en una visión apocalíptica sobre la TV y sus efectos, sino ejercer la crítica, exigir el pluralismo político, ideológico, cultural, la multiplicación de medios de comunicación diferentes, etcétera.

En suma, el resultado final de los tan mentados y tan pocos conocidos -a ciencia cierta- "efectos de la televisión" son en todo caso el resultado de una compleja interacción y negociación permanente entre lo que ofrece la pantalla y la subjetividad del televidente.

Hay una crítica que parte de un juicio a la TV como tal, como artefacto industrial que sólo puede causar el rebajamiento cultural y la alienación de la gente. Para esta perspectiva, la modernización electrónica es sinónimo de una producción siempre igual a sí misma, no sólo de los programas sino de las audiencias mismas, sometidas a un proceso de homogeneización del gusto no exento de intenciones de manipulación política o ideológica.

Para Theodor Adorno, los hombres son considerados por la industria

cultural como inmodificables: "Por cierto, la televisión los convierte en lo que ya son, solo que con mayor intensidad de lo que efectivamente son. Ello corresponde a la tendencia económica general fundante de la sociedad contemporánea, que no pretende en sus formas de conciencia sobrepasarse y superar el *status quo*, sino que trata incesantemente de reforzarlo y, donde se ve amenazado, volver a restaurarlo".⁹ Este importante filósofo contemporáneo realizó sus estudios sobre la televisión a comienzos de los años cincuenta. Sus certeras apreciaciones sobre el conformismo que estimulaba la TV que él veía en los Estados Unidos, se confundían con una valoración de las nuevas tecnologías electrónicas como tales. Adorno decía por ejemplo que "...el formato miniatura de los hombres en la pantalla del televisor impediría la acostumbrada identificación con el héroe. Las personas que allí aparecen y hablan con voz humana son enanos. No pueden ser tomadas en serio, en igual forma que lo son los actores de cine. El abstraer del tamaño real de los fenómenos implica percibirlos, ya no naturalmente, sino estéticamente y exige esa capacidad de sublimación que la industria de la cultura no puede suponer se dé en el público, pues ella misma ha servido para debilitarla. El hombrecito y la mujercita que son recibidos por el televisor en la casa, se convierten, para la percepción no conciente, en juguetes".¹⁰ Adorno, uno de los representantes más sofisticados y agudos de la cultura europea clásica y teledividente de la programación de la época de la guerra fría, realizaba un juicio crítico único, que ponía bajo un mismo adjetivo a programas, tecnologías e industrias culturales en general.

Hay un visión crítica sobre los efectos de la tecnología en la cultura que se extiende más allá del autor que acabamos de considerar. Pero toda obra u objeto cultural utiliza medios técnicos y remite a la combinación de diversas racionalidades y actos de creación. Fredric Jameson plantea que, precisamente por haber tenido que enterarnos de que hoy día la cultura es cosa de los medios de comunicación, hemos empezado a meternos en la cabeza que la cultura siempre fue eso, y que las antiguas formas y géneros, o incluso los antiguos ejercicios, meditaciones, pensamientos y expresiones de carácter espiritual, eran también, cada uno a su manera, productos de los medios de comunicación. La intervención de la máquina, la mecanización de la cultura, la transmisión de la cultura mediante la industria de la conciencia, es hoy en día una realidad en todas partes, y quizás fuera interesante estudiar la posibilidad de que hubiera sido siempre una realidad a lo largo de la historia humana, aún dentro de la diferencia radical de los antiguos modos de producción precapitalistas.¹¹

Pensadores actuales, es decir, de la época de la televisión planetaria de masas, nos dan una óptica distinta de la de Adorno sobre la cuestión.

Por ejemplo, para Gianni Vattimo, si bien los medios al tratar de vender ciertos productos tienden a la homogeneización y la uniformidad en la cultura colectiva, al mismo tiempo dan visibilidad a minorías, subculturas y movimientos sociales, permiten poner en circulación una pluralidad de voces, son polifónicos en el sentido de generar una inusitada interacción de voces en su secuencia enunciativa. No sólo esto: la diversificación del sistema de medios de información tiende también a multiplicar los modos de interpretación de los acontecimientos que se dan en la sociedad.

En lo concerniente a los supuestos efectos homogeneizantes de la conciencia y gustos de la audiencia por parte de la industria cultural, podríamos decir que el hipermediado mundo actual no muestra precisamente la hegemonía de un modo determinado de construir la noción misma de realidad. De hecho, los medios tienen efectos ambiguos y no siempre iguales a sí mismos. Autores como Omar Calabrese utilizan una analogía para describir la forma de organización de la cultura de nuestros días, la del barroco. Lejos de la homogeneidad, la analogía evoca un estilo en el cual impera lo múltiple y lo abierto, lo elíptico, lo inacabado y también lo engañoso. El barroco cuestionaba, precisamente, la posibilidad de reducir la multiplicidad de los espacios visuales a una sola esencia coherente de cualquier naturaleza. De alguna manera la palabra barroco –utilizada en la literatura, la arquitectura, la pintura y otras artes– a pesar de su frecuente uso metafórico para calificar ciertas obras y formas de expresión, se mantuvo fiel a su significado portugués originario: "perla irregular". En 1690, el primer diccionario de la lengua francesa, por ejemplo, daba a la palabra barroco un sentido muy preciso: "Es un término de joyería que sólo se aplica a las perlas que no son perfectamente redondas".

Para Calabrese, la poética neobarroca como forma del gusto, surge precisamente de la difusión de los medios de comunicación de masas actuales. La pantalla televisiva, lejos de remitirnos a un discurso único y uniforme, compartiría la irregularidad de la perla: excentricidad, exceso, detalle, fragmentación, inestabilidad, metamorfosis, oscuridad y laberintos.¹²

La claves posmodernas para pensar los efectos de los medios son, entonces, su supuesta forma neobarroca, su estímulo a la polifonía y la multiplicación de las interpretaciones de los acontecimientos. Todo ello debilita la posibilidad de establecer en la cultura un modo fuerte, central y uniforme de concebir la realidad.

Si observamos el proceso desde el lugar del teledividente, podríamos postular que existen distintas formas de recepción de los programas. La persona se vincula con la pantalla desde su bagaje cultural, creencias e

ideologías. Por lo tanto, es desde este capital cultural que ella realiza las operaciones de definición del sentido de las imágenes que está viendo en la pantalla. McLuhan nos hablaba de la TV como medio frío, no exacto ni fidedigno en su secuencia de imágenes; en este nivel, el receptor completa la figura siempre incompleta y abierta de la secuencia de la programación. Aquí lo que está en juego es la percepción del televidente, pero el discurso televisivo exige también otros aportes de las personas: su credibilidad no tan fácil en lo que le están diciendo y mostrando; su reconocimiento de los géneros de programas según las reglas establecidas por el emisor (bien se puede tomar un discurso político como una parodia, una serie como una pieza de turismo, un informativo como un melodrama, un programa cómico como crítica social, etc.). En toda comunicación humana, los sobrentendidos, los malentendidos, las ambigüedades, las interferencias de sentido, nos muestran el carácter resbaladizo del lenguaje y la necesidad que tenemos de definir el significado de una conversación, de una obra o un programa televisivo desde nuestro propio bagaje cultural.¹³

El zapping acentuó la posibilidad de que el televidente construya en la pantalla distintas compaginaciones de fragmentos de programas. Además, la televisión interactiva potencia ahora nuestras posibilidades de interpretar y dar órdenes a la pantalla. La experimentación electrónica actual está desarrollando, por ejemplo, una asociación entre la computación y la TV que permita dar órdenes a la computadora para que grabe del televisor secuencias durante el día según las indicaciones que le damos: determinadas palabras, nombres, géneros artísticos, etc. De tal modo, al llegar a la noche a casa, encontraremos en la cassettera lo que apareció durante el día en todos los canales acerca de las cuestiones que nos interesaban. Seguramente, en ese momento, tendremos que reivindicar el placer de zapping espontáneo y a la deriva por todos los canales que realizamos ahora.

Entramos en la era de los hipermedia, que abre nuevas posibilidades interactivas con los medios que tenemos en nuestra casa. "Hipermedia" consiste en la disponibilidad, por parte de los ciudadanos particulares, de un sistema integrado de recepción de las comunicaciones de masas: por ejemplo, yo puedo relacionar todos mis aparatos —del televisor a la computadora, al proyector de diapositivas, al compact-disc— y puedo de algún modo hacer trabajar juntos a estos medios, consiguiendo producir mis programas de consumo o de informaciones privadas, individuales. (...) Todo esto constituye un cambio radical en el ámbito del consumo de televisión, porque mientras los medios de comunicación clásicos —la televisión a la cabeza— prevían un espectador siempre pasivo, que como respuesta sólo podía apagar la televisión o cambiar de canal, hoy en cambio

tenemos ya la idea de un espectador activo que le proponen.¹⁴

Ahora bien, lo anterior no supone que todo sea lo mismo: un programa bueno o uno malo, la innovación o la eterna repetición de recursos estéticos, la veracidad en la información o la mentira. La actividad interpretativa y la interacción del televidente con la pantalla no es omnipotente ni infinita. Las teorías sobre la recepción activa de los medios son tributarias de la crítica literaria que analizaron las diferentes posibilidades interpretativas que ofrecían las obras literarias a sus lectores. Umberto Eco reconstruye ciertas alternativas de cómo se interpretaron estos pactos de lectura entre el autor y el lector de la siguiente manera: "En *Obra Abierta*, que escribí entre 1957 y 1962, defendía el papel activo del intérprete en la lectura de los textos dotados de un valor estético. En la época en que se escribieron esas páginas, mis lectores se fijaron sobre todo en el adjetivo «abierto» del título, infravalorando el hecho de que la lectura abierta que yo defendía era una actividad suscitada por una obra (y que concluía con la interpretación de ésta). En otras palabras, estaba estudiando la relación dialéctica entre los derechos de los textos y los derechos de sus intérpretes. Tengo la impresión de que, en el curso de las últimas décadas, se ha insistido demasiado en los derechos de los intérpretes".

"(...) Los textos tienen un sentido, incluso cuando los sentidos son muchos; lo que no puede decirse es que no existe ninguno, o que todos sean igualmente buenos. El texto interpretado impone unas restricciones al intérprete. Los límites de la interpretación coinciden con los derechos del texto".¹⁵ Por eso, no coincidir con las concepciones apocalípticas sobre los efectos de la TV en la audiencia, no quiere decir que no debamos realizar una crítica o demandar cambios en las programaciones.

No nos gusta encontrar en la pantalla: el ocultamiento de información; las distintas formas de desinformar mostrando demasiadas cosas —de modo que una borra a la otra y el televidente no pueda formarse una opinión— o acentuado el horror y los golpes bajos a la audiencia; la repetición permanente de los mismos tipos de programas; la pavada por la pavada misma; la obsecuencia hacia los poderosos (estatales y privados); la falta de respeto y el gaste desmedido a los participantes de algunos programas de premios y juveniles; la falta de periodistas corresponsales en el extranjero, la saturación de chivos en los programas; la insuficiente diversidad de enfoques en el periodismo político; etc. Por otra parte, hay géneros de programas que nos gustan más que otros, pero esto lo dejamos a cuenta de las preferencias personales.

Esto y mucho más se puede decir críticamente de ciertas ofertas de la televisión nacional. Sin embargo, a veces la crítica a la TV se interna por

camino que no compartimos, como por ejemplo, pedirle a la TV lo que ella no puede darnos. Tanto desde un punto de vista técnico y de producción como desde el de las diferencias irreductibles que tienen entre sí ciertas manifestaciones de la cultura. Por ejemplo, desconocer que la TV nace y mantiene sus afinidades en relación con ciertas formas de expresión como la pintura, la foto, la imagen y el montaje del cine, los relatos cortos. Un medio tiene más afinidades, cruces y préstamos mutuos con ciertas formas de expresión que con otras. Existen algo así como familias de lenguajes, de formas de expresión, de narratividades, de poéticas. En este sentido, la TV no tiene proximidades como medio, por ejemplo, con la literatura clásica, la novela y los textos académicos. Ciertas críticas a la TV se basan, como decía McLuhan, en pedirle lo que brindaban otras formas comunicativas previas como, por ejemplo, las producidas mediante la imprenta.)

En términos generales, podemos decir para terminar que la TV tiene indiscutiblemente a ser el centro de gravedad del proceso cultural, pero debe enfrentar dos tendencias centrífugas que ninguna tecnología o cálculo de marketing puede terminar de poner bajo control: la creación estética y las diversas lógicas de desciframiento, uso y disfrute que tienen las no tan previsible audiencias del electrodoméstico del que estuvimos hablando.

Habría una manera de saber si el televidente quedó en una "posición psicótica" como planteaba Requena en la cita del comienzo de este texto: que tuviera más dinero y tiempo libre. Verían entonces algunos críticos que la gente, cuando puede, tiende a hacer y probar de todo.

NOTAS

¹ González Requena, p. 158, 1988.

² Eliseo Verón, *Clarín Cultura y Nación*, 1991.

³ Claro está, en cualquiera de sus variantes, el *zapper* suele anular una de las características del medio: sus posibilidades de uso colectivo, familiar. El individualismo del *zapper* rompe todo vínculo de sociabilidad frente al televisor; más aún, se torna inaguantable.

⁴ Juan Carlos Indart, 1980.

⁵ En un comienzo, seguimos, en términos generales, el planteo de Robert Stam en "El telenoticioso y su espectador", en *Novos Estudos* N° 13, Sao Paulo, 1985.

⁶ Marshall McLuhan, 1969.

⁷ Umberto Eco, p. 210, 1990.

⁸ A partir de la capacidad de las imágenes de constituirse como realidades, "...el debate filosófico y científico también se ha desplazado de la cuestión de la objetividad

de las imágenes mentales, a la cuestión de su *actualidad*". (Virilio, Paul, p. 78, 1989). En todo caso, es desde este ambiente en el que se combinan la percepción de realidades y de "imágenes reales", que se abre la discusión entre las diferentes visiones del mundo, muchas veces resuelta por la irrupción inesperada de hechos que no estaban constituidos en la percepción y el lenguaje de nadie, en ninguna pantalla y que obligan a cambiar la comprensión de los acontecimientos.

⁹ Theodor Adorno, p. 64, 1969.

¹⁰ Idem, p. 65.

¹¹ Fredric Jameson, 1989.

¹² Omar Calabrese, 1989.

¹³ La posibilidad de que el receptor interprete una noticia o un programa de ficción con un sentido diferente del de su emisor remite, según diferentes autores, a reglas de emisión y de recepción diferentes. S. Hall postula una falta de equivalencia entre el código del emisor y el del receptor; E. Verón señala que las reglas que explican la producción de la comunicación social son diferentes de las reglas que explican la recepción (Verón, 1980); por su parte Jesús Martín Barbero, distinguiendo entre homogeneización tecnológica y alteridad cultural, postula la hipótesis de la no contemporaneidad de los espacios de producción y los de consumo de la industria cultural. (Barbero, 1988). Por nuestra parte, tratamos el tema en el texto *Mirando las Noticias*, editado en 1987.

¹⁴ Omar Calabrese, p. 98, 1992.

¹⁵ Umberto Eco, 1991.