

Centro de Estudiantes de
Periodismo y Comunicación Social

FOTOCOPIADORA

Carrera: CUALO BÁSICO

Cátedra: audiovisual I

Autor: Zunzunegui Santos

Libro: "Pensar la imagen"

Título: Capítulo XXI. La imagen
electrónica.

CENTRO DE ESTUDIANTES	
FPYC3	
MOGAP:	SF: <input type="checkbox"/>
FOLIO: 22	E = 6

SANTOS ZUNZUNEGUI

PENSAR LA IMAGEN

CAPÍTULO XXI

La imagen electrónica: el discurso televisual

Desde hace ya bastantes años la televisión ocupa un lugar polémico en el debate en torno a los *mass-media*. Alternativamente vituperada o alabada, ensalzada como un indispensable medio de extensión cultural y educativo, y combatida en tanto que productora de nocivos efectos sociales, las últimas décadas han confirmado su definitivo impulso como medio primordial de comunicación de masas y han visto tomar cuerpo a un modelo que con la reciente tendencia a la conversión del televisor en terminal audiovisual parece recibir forma definitiva.

21.1 *Características primeras*

Suele afirmarse que la televisión es un medio de comunicación de masas transmisor de imágenes audiovisuales registradas sobre un soporte magnético que se ha convertido en un determinante social básico del entorno cotidiano de las sociedades tecnológicamente desarrolladas.

También suele caracterizársela, en tanto que tecnología generadora de información, de una determinada modalidad de información: la *televisión en directo* basada en la posibilidad de la *transmisión sincrónica* de imágenes y sonidos y su *recepción simultánea*.

Por último, no puede dejarse de lado el hecho de que la televisión modifica sustancialmente las condiciones de recepción puestas a punto por el cinematógrafo al buscar su público potencial en el *sancta sanctorum* familiar: la sala de estar, a la que autores como Juan Cueto proponen denominar *cuarto de ver*.

Si nos fijamos en la primera de las características arriba esbozadas, podemos poner el acento en que la televisión, a diferencia del cine en

CATEDRA/UNIVERSIDAD DEL PAIS VASCO

Signo e imagen

que Metz planteó estos hechos (1973) la evolución de las cosas parece haber ido en la dirección de cambiar de signo esas diferencias de la mano de la introducción de las televisiones privadas (introducción claramente desigual según los países) y de la paralela intervención creciente del Estado en la producción cinematográfica como forma de garantizar su supervivencia.

Por lo demás, aún es posible distinguir —pese al evidente proceso uniformador— organizativamente una cadena televisiva y una unidad de producción cinematográfica

3) *Diferencias psicosociológicas y afectivo-perceptivas* a las que ya hicimos referencia de alguna manera en 21.1 y que tienen que ver con las condiciones concretas en las que se recibe cada espectáculo. Una enumeración sintética permite contraponer: pantalla pequeña *versus* grande; sala familiar doméstica en vez de sala de exhibición colectiva; habitación al menos tenuemente iluminada frente a la sala oscura; atención difusa y fragmentada en lugar de atención concentrada y sostenida; gratuidad del espectáculo *versus* pago de una entrada; posibilidad de regulación del sonido y de ajustar la imagen como opuesto a las condiciones de proyección fijas y disponibilidad permanente en lugar de requerir un acto positivo de desplazamiento hasta la sala de proyección.

Metz insistirá en el peso relativamente débil de estas diferencias comparadas con la trascendencia de los códigos compartidos por televisión y cine: icónicos, de la imagen mecánica, de la imagen secuencial, de la imagen en movimiento, de la composición sonora, de la composición visual-sonora, etc.

4) *Diferencias en la programación* y, principalmente, en los géneros que son mayoritarios en uno o en otro sistema audiovisual. La televisión incorpora toda una serie de *géneros narrativos* (mesas redondas, *magazines*, informativos, concursos, programas didácticos) que son, prácticamente, específicos de ella. Aquí encontraría su acomodo la presencia del *directo televisivo*, posibilidad que no encuentra su equivalente en el *corpus* cinematográfico.

Sopesado todo ello, concluirá Metz, y pese a que es posible constatar la existencia de códigos diferenciales (de carácter técnico) y de ciertos rasgos pertinentes (como, por ejemplo, el tamaño de la pantalla), es posible afirmar que *cine y televisión tienen en común todos los rasgos materiales pertinentes y comparten gran número de las codificaciones específicas*, lo que permite tratarlos como si formarían un lenguaje único (Metz, 1973, 285-286)

Como puede verse, para Metz cine y televisión no son sino dos versiones, tecnológica y socialmente distintas, de un mismo lenguaje. Precisamente, renunciando a una aproximación pragmática (que atiende a ese carácter de versión *socialmente* distinta de la televisión), la mirada de Metz, demasiado centrada en problemas microanalíticos, no permite abarcar la *diferencia* del funcionamiento de la maquinaria

televisual. Hecho que sólo puede llevarse a cabo adecuadamente cambiando la orientación del análisis

21.2.2. El servicio televisivo

Cambiando sustancialmente de punto de vista Umberto Eco (1968) ha proporcionado elementos sustanciales para entender el funcionamiento televisivo.

En primer lugar, pone de manifiesto cómo la *toma directa no funciona en tanto que mera reproducción* de la realidad, con lo que se obviaría el entronque de la televisión con la narratividad en tanto que esta última supone siempre una decantación y formación de la experiencia.

Lejos de ser una exposición fiel de lo que sucede, el directo participa también de una actividad *electiva e interpretativa* ejercida sobre la realidad. Eco (1968, 338) recuerda cómo todo lo que aparece en la pantalla es el fruto de una operación de *selección* (entre tres o cuatro imágenes alternativas, no pocas veces), lo que implica un *montaje* que no por ser *simultáneo* con el acontecimiento, y más o menos *improvisado*, deja de participar de la escena organizadora de tal operación

Pero es que, además, a veces son las propias cámaras de la televisión las que producen los sucesos que luego transmitirán en directo. Furio Colombo (1983) ha mostrado con claridad el papel que juega la televisión en la producción de lo que denomina *media event* como el *memorial* realizado en Nueva York tras el asesinato de John Lennon, a propuesta de su viuda Yoko Ono, en donde se fabricaba un *acto de masas televisado* que servía de canalización —bajo la *doble pantalla* de los *media* y de la policía— a la rabia y la exasperación juvenil

Liquidada, pues, la *toma directa* en tanto que componente del específico televisivo, Eco se encuentra en condiciones de sugerir que es, precisamente, el que determinadas imágenes se transmitan a determinadas horas, a través de una pequeña pantalla y destinadas a un público que se encuentra en condiciones psicosociológicas bien diversas al del cine, lo que caracteriza al discurso televisivo (Eco 1968, 343)

Quiere decir esto que hay que dejar de considerar a la televisión como *género artístico* para pasar a verla en tanto que *servicio*, medio técnico de comunicación a través del que se pueden hacer llegar al público diversos géneros de discurso comunicativo (desde la publicidad hasta *Hamlet*, dirá gráficamente Eco)

Desde este punto de vista es posible entender cómo la televisión coordina en su interior diversas formas de expresión, desde el periodismo al teatro y siempre utilizando la publicidad como cemento unificador, *imponiendo condiciones nuevas a cada uno de estos géne-*

televisión engendra la sensación de que *toda la realidad está en campo*, al alcance del telespectador en el interior de su *cuarto de ver*.

Realidad que se presenta, además, con todos los atributos del *espectáculo*, pues el mero hecho de que algo haya sido seleccionado para su emisión por televisión le confiere una dimensión singular: pasar a ser considerado digno de formar parte del imaginario individual y social del espectador.

Y paralelamente, el que la televisión trabaje sobre la base de la *absoluta accesibilidad* de cualquier faceta de la realidad, cotidianeizando el espectáculo, contribuye a la radical desacralización del mismo vía la ausencia, tanto de la singularidad del instante (sustituído por la permanente presencia de *lo notable*) como a través de la eliminación de cualquier actividad por parte del espectador que vaya más allá del mero encender y apagar el aparato (González Requena, 1985, 1988).

No debe parecer paradójico que esa *espectacularización* alcance hasta los más remotos rincones de la programación y que se infiltre incluso en el tejido de los programas que más parecen reservar su atención para la realidad bruta: los informativos. A la hora de la verdad la realidad encuentra vetado su acceso a la pantalla salvo que adopte la forma travestida del espectáculo.

Baste recordar las que son reglas de uso general en tantas cadenas televisivas a la hora de proceder a la selección de las noticias: selección de imágenes de significado universal en función de que el interés del espectador se conquista y se mantiene con mayor facilidad a través de imágenes fácilmente reconocibles, selección de escenas de conflicto potencial más interesantes que las de calma, mejor captación de la limitada atención del espectador potencial a través de la acción en tanto que contrapuesta a la información vehiculada a través de «bustos parlantes» y que la organización de la noticia a modo de *historia ficción* con una discernible estructura narrativa facilita el mantenimiento de la atención del público (Epstein, 1981).

De esta forma la realidad es filtrada, descontextualizada, reorganizada, en una palabra *producida*, hasta el punto de que muchas veces la información televisiva queda reducida a ser una mera coartada que mantiene a la pequeña pantalla conectada con lo que en principio se suponía que debería ser su finalidad principal: el mantenimiento de un ojo vigilante en permanente escrutinio del mundo.

El panorama no sería completo si no citáramos un elemento central en la programación que funciona como el *aspecto secreto de la misma*: nos estamos refiriendo a esa *programación silenciada* que es la publicidad cuyo funcionamiento intersticial no debe ocultarnos su carácter central.

Se trata a la vez de una *pausa* entre las distintas unidades de la *grille programática* y de un cemento que suelda las diferencias que existen entre las mismas, igualando todos los contenidos, todos los estilos, a partir de su *eterno retorno*, lapsos de tiempo cada vez más pequeños.

Cuando McLuhan avanzó la idea de que los anuncios son noticias que presentan la singularidad de ser siempre buenas noticias, estaba adelantándose a designar esa función que hoy cubre la publicidad televisiva de anunciar la conformación definitiva de la realidad en función de unos cánones estereotipados y prefijados modelados sobre la idea del consumo. Consumo que se extiende también a todas las áreas de la programación en tanto que *consumo audiovisual de la realidad*.

Paralelamente a esa especie de *gran sintagmática de la televisión* que forma la *grille programática*, es necesario tomar en consideración la *estructura paradigmática* de la misma, en función de la existencia de múltiples cadenas de emisión simultánea.

La estructura en cadenas paralelas supone la existencia de una *reserva de términos virtuales* que pueden ser activados mediante la simple pulsación de un pulsante.

El encadenamiento del sintagma, su combinación recurrente de signos se realiza en función de elecciones realizadas en el interior de un campo que contiene elementos que son a la vez semejantes y desemejantes —suele tratarse de programas diferenciados en los casos de cadenas de idéntica titularidad o semejantes en el caso de cadenas competidoras que pugnan por ocupar idéntico espacio— y que pueden ser integrados en un concreto menú televisivo a voluntad del telespectador.

Se abre así paso a una nueva forma de consumo televisivo (*zapping*) menos atento a la lectura de textos completos que a una recepción casi impresionista derivada de la absoluta fragmentación a que puede someterse al discurso audiovisual. Lo que se produce a partir de esta práctica, no es el consumo sucesivo de varios textos sino la creación, a través de una especie de *collage temporal*, de un texto único fabricado según retazos aislados y construido en función de intereses puntuales y permanentemente cambiantes.

No se trata, pese a las apariencias, de dar a luz una especie de discurso carente de sentido, sino que la propia organización interna de la televisión asegura la permanencia del sentido más allá de las manipulaciones del espectador. Se mantiene intacta —e incluso se refuerza confiriéndole además un carácter marcadamente lúdico— la ilusión primordial de la televisión: la multiplicación de nuestros poderes ante la realidad, su aprehensión aparentemente directa, su organización en espectáculo.

Tomando prestada a McLuhan la expresión, podríamos hablar de un *efecto mosaico* a través del cual un discurso centralizado se presenta como disgregado en mil imágenes que pueden ser organizadas —será mejor decir *compuestas*, en terminología musical— a voluntad del espectador. Es precisamente ese flujo imparable el que da origen al peculiar *efecto sujeto* de la televisión que parece instituir al telespectador como ordenador único de la catarata visual, denegando la existencia de un sujeto de la enunciación.

los televisores conectados a tal o cual programa. Los sondeos de audiencia dejan paso al referéndum permanente.

No es menos cierto, ni menos importante, el hecho de que este sistema permite desarrollar fórmulas, inéditas hasta ahora, de participación de la audiencia. No será necesario que exista público —ese simulacro del espectador— en el plató televisivo a través del cual yo pueda vehicular mis deseos. Todos y cada uno de los abonados podrán pulsar las teclas adecuadas de su terminal e intervenir, desde el aislamiento de su ultramoderna vivienda, en la dinámica del programa, bien sea cursando instrucciones que orienten la ficción en curso de desarrollo o respondiendo a las interpelaciones realizadas por el «conductor» —palabra que, por una vez, se ajusta como un guante a su contenido real— del programa. Claro que las posibilidades no son infinitas sino que se encuentran debidamente preñadas situando la interacción dentro de límites preestablecidos. El ordenador central evalúa las distintas indicaciones y selecciona democráticamente la instrucción más plebiscitada. Se da lugar así a la aparición de una cierta *democracia televisual* que identifica al espectador como un manipulador de marionetas. Como en tantos otros casos se trata de una versión puesta al día del manipulador manipulado.

Tanto la *Cable TV* como el QUBE cobran su sentido en el marco de la denominada *televisión fragmentada (narrowcasting)* como opuesta a la *televisión de masas (broadcasting)*. Las condiciones necesarias para su desarrollo pasan por un aumento de la capacidad de transmisión (cable, satélite), la correspondiente diversificación de los soportes y la necesaria habilidad para evaluar los gustos del público potencial. Por tanto, el desarrollo de las fórmulas *narrowcasting* se vincula directamente con la detección de mercados solventes y de tamaño adecuado, así como con la existencia de importantes medios financieros capaces de llevar a cabo programas orientados a públicos muy específicos.

21.3.3. La telemática

En los últimos años la informática (estudio del tratamiento automatizado de la información mediante ordenadores) ha sufrido un desarrollo espectacular. De su confluencia con las telecomunicaciones ha surgido una nueva tecnología que se conoce con el nombre de *telemática*.

La *telemática* se presenta como una tecnología integrada por uno o varios ordenadores combinados en los que se almacenan bancos de datos y unos terminales de los que el más habitual suele ser un televisor (una pantalla), relacionados a través de un sistema de transmisión vía hertziana o vía telefónica.

Según que la circulación de los contenidos entre terminales y banco de datos se realice unidireccionalmente (del banco de datos a la terminal) o interactivamente se habla de los sistemas de *teletextos* o *videotextos*.

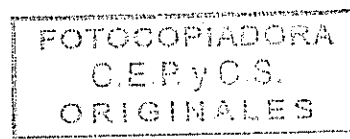
El sistema de *videotex* a través de su interacción ha sido señalado (Díaz Nosty/ Bustamante, 1985) como un sistema que integra, a la perfección, los intereses dominantes de la sociedad de consumo a través del hecho de que tiende a borrar los límites entre información y publicidad. Y ello debido a que el *videotexto*, al permitir conocer con precisión tanto el volumen como la identidad particularizada de la audiencia, el tipo de demanda de la misma, se convierte en un instrumento privilegiado para orientar el discurso publicitario y, finalmente, el consumo. La interactividad del sistema desemboca así en un *tele-market* que refleja de manera instantánea el consumo (Díaz Nosty/ Bustamante, 1985, 31).

21.4. La utopía comunicacional

A partir de todos los datos arriba esbozados Román Gubern (1979, 1987) ha diseñado un mapa de la *utopía comunicacional capitalista* tal y como parece dibujarse en un futuro próximo. Futuro que se presenta condicionado por la *organización telemática* del mismo, de tal manera que a ese terminal audiovisual conectado a un computador central y una unidad de almacenado de información servida por unidades de producción de programas llegue información periodística, pasatiempos y espectáculos, programas pedagógicos (televisión escolar) o actividades profesionales de todo género que podrán desarrollarse sin abandonar la vivienda convertida en cabaña telematizada.

Se desarrolla de esta manera lo que Gubern (1987) denomina *tecnocultura interfacial*, en la que el cara a cara comunicativo es sustituido por la experiencia vicarial obtenida con la interfacialidad de los aparatos. Este declive del contacto personal no mediado es fruto del hecho de que las nuevas tecnologías potencian la *comunicación informativa*, pero debilitan sustancialmente la *comunicación sensorio-afectiva* (Gubern, 1987, 181). De idéntica manera la telemática es capaz de generar una importante *deslocalización* (separación geográfica del centro de trabajo) pero no es seguro que contribuya a una efectiva *descentralización* (diversificación de los centros de decisión y control) (Richeri, 1982).

Paralelamente aumenta el sedentarismo —combatido mediante actividades improductivas en el tiempo de ocio—, la descongestión de las áreas urbanas y la colonización creciente de las rurales, un previsible reforzamiento de la estratificación social a partir de la consolidación de las barreras económico-culturales. El poder pasará



que vendría a sumarse la afirmación, casi siempre complementaria de la anterior, de que estos programas presentarían la peculiar virtualidad de entregar al espectador un discurso inmediato de la realidad, con lo que esto supone de afirmar implícitamente la capacidad de aquella para hablarse a sí misma en una operación radicalmente autorreferencial. Para decirlo con las palabras de Jean Baudrillard (1977): «*Pas de fable, pas de récit*». Con lo que la televisión en directo funcionaría a modo de ejemplar *trompe-l'oeil* propio de la edad tecnológica.

Ya vimos como Umberto Eco (1968) puso de manifiesto, en su momento, el carácter mediatizado del *directo*. E indirectamente su falacia al autodesignarse como un discurso obra de *nadie* y, por tanto, capaz de facilitar un acceso no mediado a la realidad. Y si bien es cierto que toda transmisión en directo integra como posibilidad *lo imprevisto*, no lo es menos el que esa apariencia de inmediatez surge, fundamentalmente, de ciertos aspectos predicables de una realidad pretelevisiva que sería respetada por las técnicas de emisión.

Lo que es importante, tras tomar buena nota de lo anterior, es hacer ver que el *discurso del directo* puede ser caracterizado como un discurso que en su *manifestación* se presenta como no existente —nadie habla, la realidad se expresa por sí misma— sin que por ello deje de serlo.

Mirando las cosas más de cerca, en el nivel de la *inmanencia*, es imposible no reconocer el carácter discursivo del directo televisivo. Aun siendo conscientes de que estamos manejando una categorización que en los últimos años ha sido considerada buena para cualquier uso, parece inevitable traer a escena la tipología, propuesta por Benveniste (1966), de *HistorialDiscurso*, partiendo de la cual y recordando que con los términos de manifestación e inmanencia es posible construir la categoría de la veridicción (Greimas y Courtés, 1982), podemos situar adecuadamente al directo televisivo en tanto que *discurso secreto*: un discurso que *es*, pero *no lo parece* (Nadal, 1985).

Aceptando, pues, el carácter inequívocamente discursivo del directo televisivo, es posible avanzar un paso más e indicar cómo una correcta comprensión de la enunciación televisiva pasa por reconocer que del conjunto de la programación —*palimpsesto* o *grille*— puede predicarse el hecho realmente significativo de *ser emitida en directo*.

Con otras palabras, la televisión puede ser considerada como un espectáculo realizado *esencialmente en directo*, con sólo asumir que son los *segmentos autorreferenciales de continuidad* —pienso sobre todo en esos momentos privilegiados que son las interrupciones debidas a causas técnicas— los que constituyen las articulaciones básicas de un *relato* que tiene por *historia*³ la propia existencia del

medio en tanto que mecanismo de producción y emisión de los diversos enunciados que configuran el *esquema de programación*.

La televisión se concibe, bajo este prisma, como un gigantesco receptáculo capaz de albergar todo tipo de discursos que, por el mero hecho de su puesta en relación, son sometidos a una recontextualización en la que, sin lugar a dudas, no deja de tener influencia el lugar de inserción de cada texto parcial en el flujo permanente del perpetuo presente de la enunciación televisiva.

21.5.2. Narración y «directo»

Pero cualquiera que sea el nivel de análisis en el que nos coloquemos —bien se trate de la problemática global o de la más concreta de los programas particulares realizados «en directo»— puede ser interesante recordar algunas de las características peculiares que reviste la enunciación televisiva en tanto en cuanto se ve constituida precisamente por ese «directo».

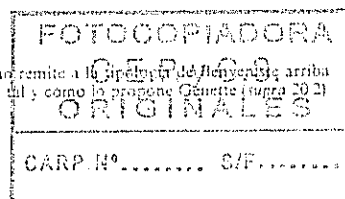
En primer lugar, la enunciación televisiva se construye a partir de un problema de intersemiotividad: el enunciado producido combina una enunciación en el «mundo natural» que responde a sus propias reglas, con la particular puesta en discurso realizada por el «aparato televisivo» encargado de recoger y transmitir el acontecimiento. Bien entendido que con esto no se quiere decir sino que la emisión «en directo» trabaja con elementos ya constituidos en materia de significación. Materia a la que dotaría de una nueva forma expresiva.

Desde otro punto de vista, el discurso televisivo directo presenta una cualidad que lo diferencia de los demás discursos mass-mediáticos (a excepción, lógicamente, del caso de la radio «en vivo»): el tiempo del relato tiende a confundirse con el tiempo de la enunciación y con el tiempo de los hechos narrados. O si se quiere expresar de manera más formalizada, la peculiaridad de la enunciación televisiva reposa no en el tipo de enunciado producido, sino en el mismo acto que lo crea en el «mundo natural»: en la simultaneidad de existencia del enunciatario y del enunciatario efectivos, dando lugar a la homodiegeticidad temporal de los actantes de la enunciación (Nadal, 1983).

En la medida en que un espectáculo sólo exista en la modalidad de emisión en directo nos encontraremos ante una producción temporal sin existencia ulterior al acto que la hace surgir, lo que implica la imposibilidad de llevar a cabo alteraciones temporales en el *relato* del *orden* de la *historia*, así como de poner en juego estrategias durativas tales como la pausa o la elipsis.

De hecho, la televisión intenta solventar esta problemática recurriendo a la eliminación de fragmentos de la historia mediante la inserción de otros espectáculos —anuncios, vídeo-clips—, haciendo del *instant replay* un instrumento privilegiado de la búsqueda de la

³ Nos hace falta indicar que aquí el término *historia* no remite a lo que se narra arriba utilizada sino al análisis discursivo que lo opone al *relato* tal y como lo propone Greimas (1982).



tica audiovisual. De hablar de *mirar a la cámara* (denuncia de la presencia de ésta en tanto que operadora de ficción) se pasa a hablar de la *mirada a los ojos* (mecanismo de interpelación que funciona a través de la instauración de la confianza). Sólo se mira a la máquina para fingir que no viéndola se alcanza la comunicación con el espectador (Veron, 1983).

Y ello porque, en la televisión, la mirada a los ojos del espectador que practica el presentador funciona como garantía de la realidad de las imágenes, invirtiendo el sentido de la operación con respecto al cine. Si en éste, la interpelación señala al espectador el estatuto ficticio de las imágenes, rompiendo la *suspensión of disbelief* que garantiza buena parte de la fuerza del relato filmico, en aquella por el contrario actúa como aval de verdad: alguien me interpela para ponerme en contacto con una realidad a la que de inmediato se me va a permitir acceder y cuya veracidad se me garantiza.

Planteadas estas problemáticas desde el punto de vista del hecho de que nos encontramos ante dos maneras de «*hacer parecer verdad*» puede decirse que mientras que en la propiamente cinematográfica —más en concreto en el área del cine de ficción— el acceso a la realidad se verifica en ausencia aparente de mediación (de hecho se trata de una mediación situada del lado del *secreto*), en el caso de la información televisiva, que parece confrontarnos con la realidad del «mundo natural», es necesaria la figura de un intermediario que realice la operación de guiar nuestra confrontación con aquél.

Como si el «mundo» fuese algo en lo que sólo pudiéramos introducirnos de la mano de alguien que detenta un saber y en el que somos capaces de depositar una confianza. Paradoja constitutiva de los modernos discursos audiovisuales: allí donde el cine multiplica las estrategias enunciativas con el fin de mantener en secreto su puesta en escena, la televisión no vacila en mostrar su trabajo de mediación: el hacer discursivo.

Señal inequívoca de que si la construcción de mundos de ficción —finjamos por un momento que existen otros diferentes— requiere un paciente trabajo de ocultamiento de las huellas de la actividad discursiva que los hace posible, la pretensión que sostiene la existencia de enunciados que parecen puras excrescencias del mundo físico pasa, de manera evidente, a través de la exhibición impúdica del efecto de sentido consistente en la garantía de existencia de un narrador capaz de asegurar la veracidad del discurso que el «mundo natural» parece mantener acerca de sí mismo.

De espaldas a la imagen de la realidad que aparece tras él —véase el efecto singular del *chroma-key* en el que literalmente se incrusta el cuerpo del presentador—, de idéntica manera a cómo en tantos y tantos films documentales el «reporter» se muestra a sí mismo en el terreno mismo de los acontecimientos, la enunciación se figurativiza para producir uno de los más singulares efectos del discurso de la

información televisiva: en estos casos la aparición a rostro descubierto de la mediación es, precisamente, la manera (necesaria) de significar la emergencia directa de la realidad bruta. A través de la presencia de un intermediario cualificado se anuda el contrato enunciativo que garantiza el funcionamiento del discurso televisivo.

Resumiendo: si en el caso del Modo de Representación Institucional, el *hacer parecer verdad* sobre el que se asienta la productividad del modelo se edifica a partir de la negación explícita de las operaciones de manipulación que aseguran el surgimiento del sentido, en el caso de la información televisiva, por el contrario, todo parece organizarse en torno a las premisas que hacen de la aparición en escena de la *enunciación enunciada* la garantía final de la veracidad del discurso. Y ello porque, desde un primer momento, la televisión en tanto maquinaria informativa se ha conformado mediante una particular forma de «*hacer creer*».

Discurso en imágenes al que significativamente se le vuelve la espalda en el marco de una puesta en escena que finge confesar el que parece ser su secreto constitutivo —parece lo que es, un discurso (ahora sí en el sentido que da Benveniste a esta expresión) que se muestra como tal— para mejor ocultar la verdad última de su trabajo: porque enunciar (o discursivizar) no es sino crear semiosis, significación.

No existe otra realidad que la cuidadosamente creada por el *hacer persuasivo* al que se entrega una estructura enunciativa cuyas variadas máscaras apenas logran ocultar que debajo de la misma se oculta la unidad profunda que la constituye.

Es difícil no leer en la vertiginosa proliferación de los signos de la *narración narrada* en el discurso televisivo la presencia de un enmascaramiento que trata de ocultar, en la dispersión de las prácticas narrativas que pone en juego, la tautología que lo funda.

