

## *Propuestas metodológicas para un análisis de las emisiones televisivas*

Traducción:

Valeria Liljesthröm / Natalia Ferrante

Por François Jost

Profesor de la Universidad de la Sorbonne Nouvelle Paris III y Director del Centro de Estudios sobre Imagen y Sonido Mediáticos (CEISME), donde enseña análisis de la televisión y semiología audiovisual. Es miembro del Consejo Consultivo Internacional de ASEMASH & COMGLOBAL y autor de libros como *Nouveau Cinéma, nouvelle sémiologie* (1979), *L'oeil-cámara: entre film et roman* (1987), *Un monde à notre image. Enonciation, cinéma, télévision* (1992), *La Télévision française au jour le jour* (1995), *Introduction à l'analyse de la télévision* (2004) y *Années 70, la télévision en jeu* (2005), entre otros.

A diferencia del espectador, que elige la película que va a ver, el telespectador vive comúnmente la experiencia de encontrarse a merced del zapping, frente a imágenes de las cuales no conoce ni la procedencia ni el contexto. Esa sensación de estar un poco perdido frente a lo que se mira, de ya no saber muy bien cómo interpretarlo, cada uno de nosotros la ha experimentado alguna vez al encender la televisión automáticamente, y más aún si, luego de un largo viaje, nos hemos encontrado en la habitación de un hotel en un país que no conocemos y cuya lengua no entendemos. De hecho, con el desarrollo de la difusión por satélite, ya no es necesario ir al otro lado del mundo para verse confrontado con tal situación: la pérdida de referencias frente a la multiplicidad de guías de programación y de emisiones televisivas es algo cotidiano.

Para tener una idea de lo que se produce en la mente del espectador no tenemos más que recordar lo que sentimos frente a las imágenes del atentado del 11 de septiembre. Aquellos que descubrieron las imágenes de las torres en llamas sin saber nada del acontecimiento tuvieron dificultades para comprender la significación de los hechos que estaban observando. Todo el mundo, alguna vez, comparó con sus seres cercanos "su propio" 11 de septiembre, relacionando este evento histórico con su propia "pequeña" historia. De todas las que escu-

ché personalmente, una me marcó más que otras: la de un amigo que había descubierto las imágenes haciendo zapping. Primero creyó que se trataba de cine catástrofe para adolescentes, luego, al notar que dos canales del servicio público transmitían el mismo programa, pensó en una huelga... En cambio, aquellos que se habían precipitado frente al televisor tras haber escuchado la información en la radio quedaron pasmados, incapaces de ir más allá de lo visible.

Esta dualidad de recepción demuestra hasta qué punto la categorización de las imágenes es esencial en la relación que establecemos con ellas. Dado que se trata de un medio que tiene la particularidad de mostrar imágenes pertenecientes a todos los géneros, y que hoy en día gusta de mezclarlos, es importante construir un sistema estructurante que permita explicar tanto la concepción de los programas, como su estructuración y recepción. Y que permita, también, observar las variaciones culturales o históricas sobre bases comunes. Esencialmente, el desarrollo que se presenta a continuación apunta a presentar los presupuestos epistemológicos del sistema de la comunicación televisiva, y el marco conceptual sobre el que se basan mis análisis de los programas, de la programación y de los canales. Para hacer más claro mi razonamiento, lo organizaré en torno a cuatro principios que constituyen, de alguna manera, la clave de mi sistema.

1. *El conjunto de los géneros y de los programas de televisión puede categorizarse en función de tres mundos que, en cierta forma, juegan el rol de archigénero o, en términos peirceanos, de interpretante.*

Desde hace cuarenta años, la semiología de la imagen privilegia la reflexión sobre la analogía, ya sea que se trate de sostener que todo en la imagen es código (Eco), convención (Metz) o, al contrario, que la fotografía es un signo natural (Schaeffer). Sólo las aproximaciones desde las teo-

rías de la enunciación desplazaron esta problemática, llamando la atención sobre las relaciones de la imagen con su "autor" (en un sentido muy amplio, dada la preferencia de los investigadores por construir instancias diversas) o sobre las marcas del autor en la imagen.

Ahora bien, debemos reconocer que con la televisión ese marco teórico ya no es suficiente. En primer lugar, porque en gran parte de los casos las cuestiones que plantea van mucho más allá de la analogía. Si miramos hacia atrás, nos damos cuenta hasta qué punto esta última dependía del terreno ficcional en el que se desarrolló la primera semiología del cine. Cuando nos encontramos frente a la imagen de un edificio en llamas lo primero que nos preguntamos es si se refiere a nuestro mundo o no. Ya no es necesariamente la relación de la imagen-signo con el mundo-objeto lo que nos ocupa, sino la relación de la imagen con el documento. Relación que funda su verdad mucho más que la analogía. En suma, no basta con mirar o analizar las imágenes para comprenderlas, ni tampoco con reducirlas a códigos o a sub-códigos como lo creía con indefectible optimismo la semiología de los años 60.

Si algunos pudieron contemplar la destrucción de las dos torres sin horror, es porque las imágenes en sí no eran más horribles que tantas otras -implosión de un edificio para rehabilitar un barrio pobre del conurbano o seísmo en la otra punta del mundo- y porque no eran atroces más que desde el momento en que se *sabía* que provenían del mundo real. Esto demuestra la importancia que tiene la frontera que trazamos entre las imágenes que se refieren a nuestro mundo, o que dicen provenir de él, y aquéllas que *representan* un mundo parecido al nuestro. Por supuesto, esta frontera es tanto más necesaria para la televisión cuanto que sabemos que transmite toda clase de documentos y que se complace maliciosamente en confundir los puntos de referencia.

Esta es la razón por la cual debemos invertir el razonamiento de la primera semiología y en vez de partir de la imagen, que no es más que la superficie visible del mundo, el fenómeno, me parece preferible partir del género, que es su fundamento inteligible. Desde esta perspectiva, consideraremos que la imagen es un signo, un *representamen* como dice Charles S. Peirce, que hace referencia a un objeto y que no adquiere significado a menos que construya en la mente del que la mira un *interpretante*, es decir, otro signo más desarrollado. En este caso, el cine catástrofe y la ciudad de Nueva York fueron los dos interpretantes de las imágenes del atentado contra el World Trade Center.

*2. Todo género reposa sobre la promesa de una relación con un mundo, cuyo modo o grado de existencia condiciona la adhesión o la participación del receptor. En otros términos, un documento, en sentido amplio, ya sea escrito o audiovisual, es producido en función de un tipo de creencia a la que apunta el emisor y, en contraposición, no puede ser interpretado por el que lo recibe sin una idea previa del tipo de lazo que lo une a la realidad.*

Una definición tal supone que, si bien los géneros existen en cantidad indefinida y variable, según las épocas o los países, no pasa lo mismo, en cambio, con los mundos que son sus interpretantes. De manera que esos mundos constituyen archigéneros que subsumen la proliferación de las nominaciones. Ahora bien, ¿cuáles son, en general, los *mundos* necesarios para la intelección del flujo televisivo?

### 2.1 *El mundo real*

La primera cuestión es saber si los signos hacen referencia a objetos existentes en nuestro mundo o si se refieren a puras "quimeras", a entidades ficticias. Esto, que parece evidente en géneros como el documental o el noticiero televisivo, que afirman referirse a nuestro mundo y proporcionarnos información para que lo conozcamos mejor, resulta más

discutible cuando hablamos, por ejemplo, de “real TV” o de “tele-realidad”. No obstante, sea como sea que un documento televisivo esté enfocado por su difusor o por su receptor -insisto en el “o”- como algo que se refiere al mundo significa que podemos tomarnos en serio lo que nos muestra por tres razones. Estas razones, a su vez, derivan de la triple manera en que podemos considerar las imágenes como signos:

- SIGNOS DEL MUNDO: las imágenes pueden considerarse signos del mundo que nos informan sobre nuestro universo en un momento dado. Así es como miramos en general el noticiero televisivo: nos interesa en la medida en que da cuenta de una realidad a la que pertenecemos de cerca o de lejos. Los documentales también nos interesan por su capacidad testimonial frente a nuestro mundo, cualidad que del mismo modo atribuimos a lo que es en directo: sea cual fuere el evento transmitido, no sólo nos da la impresión de ser “testigos” del mundo, como lo afirmaba ya Rudolf Arnheim en 1935, sino también de que podemos tocarlo con el dedo. Esta es la razón por la cual la televisión usa y abusa del término “directo”, ya sea que se trate de la transmisión de una catástrofe o simplemente de una función de *Star Academy*<sup>1</sup>.

- SIGNOS DEL AUTOR: las imágenes también pueden retenernos por la información que nos proporcionan acerca de su autor. Así, al mirar el diario filmado de Hervé Guibert, sobre el avance de su enfermedad, pensamos primero en lo que vivió en las últimas semanas, debido a que el documento manifiesta una verdad profunda acerca del ser y de su sufrimiento.

- SIGNOS DEL DOCUMENTO: las imágenes, a veces sin autor conocido, remiten a cierto tipo de documentos. Por ejemplo, como sucedió con el descubrimiento de las imágenes a color de la Liberación de París que contrastan con todo lo que conocíamos hasta el momento.

## 2.2 El mundo ficticio

La ficción es el término y la categoría que oponemos más fácilmente a la realidad, tal como lo demuestra la expresión tan aceptada: “La realidad ha superado a la ficción”. Dado que pensamos que un relato proviene de un mundo ficticio, nos preparamos para aceptar hechos en los que no creeríamos forzosamente si provinieran de nuestro mundo. De esta manera, el mismo telespectador que se niega a creer en una imagen sacada de una revista sobre lo paranormal que muestre, por ejemplo, a un niño desplazando un vaso sólo con el poder de su mente, podrá, en cambio, seguir gustoso una serie o una película basada en la telekinesis.

Como lo dijo Thomas Pavel (1986), lo que es constitutivo de la ficción es el distanciamiento que introduce -y que nosotros percibimos o no- con respecto a nuestro mundo. Esto no significa, en efecto, que el mundo de la ficción no haga referencia a ningún elemento real: muchas películas de cine, películas para la televisión o series, tienen como decorado a nuestro mundo, lo que comúnmente nos permite identificar tal barrio, tal calle o tal edificio que conocemos. Así, mucho antes del 11 de septiembre de 2001, *Independance Day* puso en escena una catástrofe en el corazón de Manhattan. Pero mirar una película como una ficción implica considerar que, más allá de los elementos de los que se compone, que pueden ser ficticios o reales, el mundo que construye es globalmente inventado. Imaginemos, para cambiar, que mientras hacemos zapping descubrimos una secuencia en la que un niño, sentado en su silla alta, mueve a distancia, sólo con su mirada, un vaso que se encuentra en una mesa. Si pensamos que se trata de un documental lo acusaremos de trucar o manipular las imágenes, a menos que creamos en la telekinesis; en cambio, si asociamos dicha secuencia a una ficción la aceptaremos, pero a condición de que sea un “buen” relato. En otras palabras, estamos listos para suspender la incredulidad que manifestamos en nuestra

1 Nota del traductor: programa conocido en Argentina como *Operación Triunfo*.

cotidianeidad y entregarnos a los placeres de la ficción. Y es precisamente por este mecanismo que las imágenes del 11 de septiembre se volvieron horribles recién a partir del momento en que las asociamos al mundo real.

Volveré sobre el hecho de que lo que es ficticio para el productor -que sabe que la ficción comienza desde el momento en que utiliza actores- no lo es forzosamente para los espectadores, lo que sucede debido a que “suspender la incredulidad”, en cuanto hay ficción, está lejos de ser algo universalmente compartido.

### 2.3 El mundo lúdico

Umberto Eco (1985), que fue uno de los primeros en mostrar el rol de la oposición información vs. ficción en la categorización de los programas televisivos, subrayaba que había un tipo de programa que no era fácil de clasificar dentro de este conjunto de consideraciones: el juego. “¿Dice la verdad o pone en escena una ficción?”. Si bien la respuesta no es obvia, el semiólogo concluye finalmente con una combinación realidad-ficción. Si se toma en cuenta mi definición de género, en tanto promesa de una relación con un mundo, es necesario ir un poco más lejos. Hasta ahora hemos considerado “dos maneras de hacer mundos”: o bien hacer referencia a nuestro mundo -que convenimos en llamar la realidad-, o bien hacer referencia a un mundo mental. Pero es necesario imaginar un tercero.

¿Por qué? En primer lugar, porque el juego incluye géneros y tipos de discurso que no son forzosamente ficcionales: jugar al loto, contestar adivinanzas o saltar al elástico. En segundo lugar, porque la ficción se define, esencialmente, por la creación de un mundo fundado en la coherencia y no en invenciones diseminadas: personajes, lugares o comportamientos (lo que no supone fingimientos lúdicos como la prenda o la imitación). En tercer lugar, porque lo lúdico reposa más en la gratuidad que en la invención. Tomando de lo real muchas de

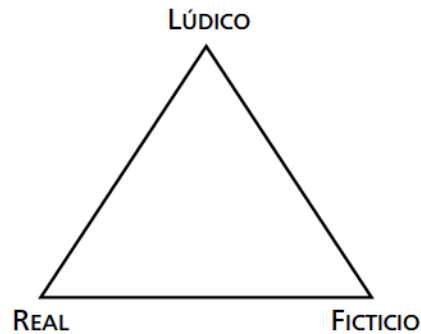
sus referencias, y obedeciendo a un sistema de reglas como la ficción, el mundo lúdico es entonces un entre-dos que tiene que ver con un tercer tipo de creencias. Los niños supieron comprenderlo y hacen la distinción entre lo que es “de verdad”, lo que es “de mentira” en la ficción y lo que es “en broma” (que los quebequeses llaman también “pour le fun”). Una consideración más: el mundo lúdico, desde un punto de vista pragmático, no se reduce a las formas utilizadas, depende más bien de la manera en que los argumentos son inventados, planteados y enunciados. Por ejemplo, un juego puede utilizar pequeñas ficciones o requerir la invención de pequeñas ficciones y, sin embargo, ser ante todo un juego.

Desde un punto de vista semiótico, hay además una razón suplementaria para tener en cuenta un tercer mundo. En los casos de las referencias a los mundos reales y ficticios, los signos aspiran a una cierta transparencia, sobre todo tratándose de imágenes y sonidos: tienen menos importancia que lo que muestran. En el mundo lúdico el signo se remite a sí mismo, de manera *sui-reflexiva*, al mismo tiempo que remite a un objeto. Esta “transparencia-con-opacidad”, como dicen los lingüistas, se define por el hecho de que el signo, “ni transparente ni opaco, es a la vez transparente y opaco, se refleja al mismo tiempo que representa algo distinto de lo que él es” (Récanati, 1979).

Este modo de visualización del signo como tal (por ejemplo, un movimiento de cámara “impecable” o un decorado muy artificial) se acerca a uno de los rasgos definitorios del juego y es, por otro lado, lo que algunos le reprochan cuando hablan de *gratuidad*. En efecto, y según el Larousse, el juego es “una actividad física o intelectual no impuesta y *gratuita* (la cursiva es mía), que realizamos para *divertirnos* y para sentir *placer*”. De este modo, al “de verdad” de la información, que toma al mundo como referente, y al “de mentira” de la ficción, que apunta a un universo mental, hay que agregar en-

tonces un “en broma”, en el cual se toma por objeto la mediación, ya sea que se trate de jugar con el lenguaje (enunciación), de jugar con el juego (*alea*) o de hacer arte por el arte. De allí que propuse, para caracterizar esta última posibilidad lógica, la apelación al *mundo lúdico*.

En resumen, los tres mundos - real, ficticio y lúdico- pueden ser esquematizados de la siguiente manera:



Si dejé este triángulo en blanco es porque los géneros no están ubicados en un mundo o en otro de una vez por todas. La apuesta de la comunicación televisiva reside en ese movimiento continuo: el canal propone asociar tal o cual programa con un mundo y el telespectador acepta o no esa propuesta. De ahí el tercer principio:

3. *Lejos de estar fijada de una vez y para siempre, la ubicación de los géneros es variable según el punto de vista desde el que se los mire, y es lo que hace de la comunicación televisiva algo más que un conjunto de reglas por el que el receptor ratificaría pasivamente la semantización de los géneros por el emisor.*

Como dije anteriormente, si la comunicación televisiva es un modelo dinámico en donde emisor y telespectador no siempre coinciden en el sentido que le dan a un programa, es decir, si esos mundos

actúan como interpretantes en el sentido peirceano, hay que imaginar los géneros, no como puntos sobre un mapa, sino como placas terrestres susceptibles de sufrir desplazamientos. De este modo, en cada vértice del triángulo puede ubicarse uno nuevo que reproduce la configuración de la totalidad del mapa (de la misma manera que los fractales). Y en el mundo de los juegos esto es bastante evidente.

Si nos basamos en los cuatro tipos de juego que distingue Roger Caillois (1976)<sup>2</sup>, podemos partir de la idea de que no todos tienen el mismo grado de “lucidez”. Algunos son  *eminentemente lúdicos* en la medida en que ellos mismos constituyen su propia finalidad: son juegos por el juego, como sucede con el salto al elástico, la escalada o el equilibrismo; es decir, aquellos juegos que Caillois agrupa bajo el término *ilinx* (“torbellino de agua” en griego), o también los juegos de azar puro (*alea*). A partir de *Fort Boyard* (1998) numerosas emisiones sacaron provecho del *ilinx*: desde *Fear Factor*, en el que una joven debía soportar permanecer cuatro minutos en un acuario lleno de serpientes y cucarachas, hasta *Sortez-moi de là, je suis une célébrité* que utiliza el mismo principio.

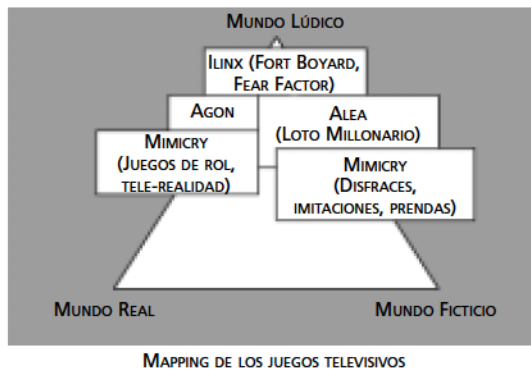
Los juegos fundados en la *mimicry* (mimetismo en inglés), y que comprenden todas las actividades que consisten en simular o fingir un personaje sin intención de engañar al espectador, mantienen, en cambio, fuertes relaciones con el mundo real y con el ficticio. Lo que llamamos *tele-realidad*, por ejemplo, es ante todo un juego de rol en “tamaño natural” en el que los participantes deben alcanzar las metas que se les asignan, la mayor parte del tiempo bajo la autoridad de un conductor del juego (el animador) que les fija las pruebas a cumplir en la realidad: formar una pareja (*Loft Story*), “sobrevivir” en una isla desierta (*Survivor*), poner a prueba la fidelidad de su compañero (*Temptation Island*)<sup>3</sup> o hacer de alumno en un internado con profesores “verdaderos” y preceptores “verdaderos” (*Le Pensionnat de Chavagnes*). En cambio, cuando el juego

2 N.T: Para Caillois las cuatro actitudes elementales que rigen los juegos son: la competencia (*agon*), la suerte (*alea*), el simulacro (*mimicry*) y el vértigo (*ilinx*).

3 N.T: *Loft Story*, *Survivor* y *Temptation Island* son conocidos en Argentina como *Gran Hermano*, *Expedición Robinson* y *La isla de la tentación*.

consiste en disfrazarse para imitar actores o cantantes se acerca al mundo ficticio, puesto que se trata de ponerse en la piel de un personaje. Puede ser también el caso de programas en donde el animador da una prenda a uno de los participantes a fin de que improvise la imitación de determinada celebridad o actúe cierta situación (*Les Grands enfants*, *Les Grosses têtes*).

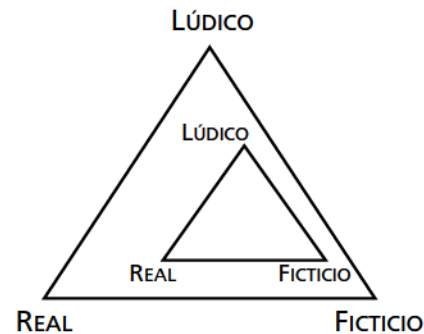
En consecuencia, la tónica de los juegos televisivos puede esquematizarse de la siguiente manera:



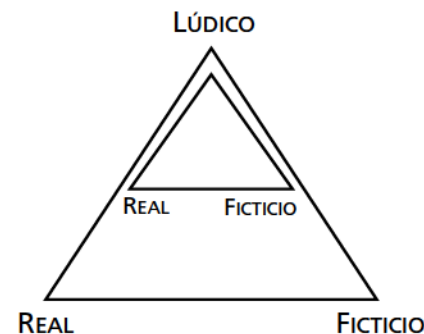
Tal como lo he mostrado en otro trabajo (Jost y Chambat-Houillon, 2003), una *tectónica de placas* del mismo orden puede divisarse del lado de la ficción en el caso de los dibujos animados para niños. Según los criterios definidos anteriormente, efectivamente podemos diferenciar los dibujos animados transmitidos por TF1<sup>4</sup> en función de la mayor o menor distancia con respecto a nuestro mundo y de la *accesibilidad* que resulta de ello<sup>5</sup>. De ahí tres categorías de dibujos animados:

- Las ficciones "naturalizantes", es decir, aquellas que intentan reducir la distancia imitando lo más posible situaciones del mundo real y su apariencia física (por ejemplo, *Olive et Tom*<sup>6</sup>, que cuenta la vida de un equipo de fútbol, o los problemas escolares que aborda *Hé Arnold*)
- Las ficciones "abiertamente ficticias", como las que transcurren en un mundo *maravilloso*, en don-

de todos los animales cohabitan, o están a la misma escala, y hablan la misma lengua sin importar de qué especie sean (*Dinos Juniors*, *Bambou*) - Las ficciones "lúdicas", que no son más que pretextos para jugar con las convenciones del dibujo animado (*Tex Avery*) o para poner en escena "atracciones" como *Pokemon*, cuyo interés proviene de las escenas puramente "enérgicas" de enfrentamiento.



Esas diferencias de accesibilidad a la ficción llevan a duplicar el "triángulo de los mundos", como lo vemos aquí arriba. Sin embargo, estas representaciones plantean un problema de representación que constituye también una cuestión teórica de fondo. Por ejemplo, si considero sólo el triángulo de los juegos no es lo mismo inscribirlo en el triángulo de los mundos:

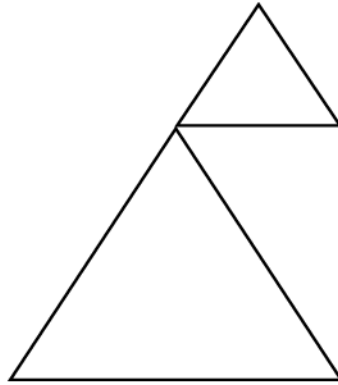


4 N.T: TF1 y M6, este último citado más adelante, son canales de televisión franceses.

5 El estudio se refiere a mayo de 2001.

6 N.T: dibujo animado conocido en Argentina como *Súper campeones*.

... que unirlo al vértice del mundo lúdico:



Estas diferencias de representación no son puramente formales, requieren dos tipos de saberes y de creencias muy diferentes según la clase de programa que se quiera situar. En el primer caso (triángulo integrado), el desafío de la categorización consiste en saber si el programa se refiere a la realidad o al mundo lúdico; en el segundo, en tanto, no hay ambigüedad sobre el estatuto lúdico del programa, sino simplemente sobre el grado de lucidez que contiene. Los programas recientes de lo que llamamos "reality shows" o "tele-realidad" plantean cuestiones de este tipo: al principio anclados en lo real, y presentados como más reales que lo real, hoy son considerados más bien como juegos, o incluso como ficciones.

Un caso particularmente interesante es el presentado por *Temptation Island*, que pone a parejas frente a frente con criaturas de ensueño a fin de probar su fidelidad. Tres participantes demandaron a los productores ante el tribunal, abogando que no se trataba de un juego sino de un trabajo. Los magistrados les dieron la razón en marzo de 2006, considerando que *La isla de la tentación* supone alrededor de 280 horas de grabación en las que "los participantes hacen entrevista sobre entrevista, repitiendo la toma hasta que el productor haya obte-

nido lo que desea, (así) lo que ve el telespectador no tiene nada que ver con las verdaderas condiciones de trabajo". La actividad de los participantes es calificada como *trabajo* en la medida en que éste se define como "convención por la cual una persona se compromete a poner su actividad a disposición de otra persona -ante quien se subordina- a cambio de una remuneración". Los ex participantes cobraron 1.525 euros de pago parcial anticipado por contratos de merchandising que no "condujeron a nada" (Garrigos y Roberts, 2006) y finalmente fueron remunerados.

Otra posibilidad: dudar entre lo real y el juego, o aun lo ficticio, como sucedió en el caso de *Pop Stars (Pop Idole)*. A fines de diciembre de 2001, la Sociedad de Autores y Compositores Dramáticos (SACD) y varias instituciones que defienden los intereses artísticos y culturales iniciaron ante el Consejo de Estado un recurso contencioso frente a esta "tentación de otorgar la calificación de obra audiovisual a programas de tele-realidad que no corresponderían a los criterios que exige una obra". La SACD consideraba que la emisión se fundaba en el juego televisivo, en los programas de variedades y en la autopromoción. El Consejo de Estado rechazó la demanda, considerando que no estaba lo suficientemente fundamentada, y juzgó que *Pop Stars* "tiene como objeto principal presentar al público el entrenamiento, la formación y la progresión, en el ámbito de la canción, de las personas seleccionadas y de describir un inicio de carrera efectiva, en el seno de las profesiones del espectáculo", agregando que la emisión "contiene elementos de guión, una puesta en escena y un montaje", que son elementos propios de "la obra televisiva". De este modo, y como afirma el Informe de actividad del Consejo Superior de lo Audiovisual (2003), "el Consejo de Estado reconoció que la emisión contenía, ciertamente, elementos de *juego y de variedades*, pero afirmó que éstos no presentaban más que un carácter accesorio y que no eran susceptibles de hacer

ver a *Popstars* como precedente principalmente del juego y de las variedades”. Como es de imaginar, a cierto plazo, una decisión semejante podría cambiar la definición del documental.

En Francia, un género nuevo como el “docu-ficción” plantea el mismo tipo de problema: ¿Hay que asociarlo al mundo real o al mundo ficticio? ¿O hay que considerarlo una especie de documental y asociarlo al mundo real? Si la primera vacilación atrapa al público, los canales, en cambio, no dudan: los incluyen en su categoría de documental. Desde el punto de vista de la recepción, esos dos modos de representación diferencian a aquellos que saben a qué mundo asociar una emisión (real, lúdico, ficticio) y a aquellos que dudan sobre el estatuto del programa. Y es esta inestabilidad, en términos de promoción o de recepción, la que me conduce a una cuarta regla de la comunicación televisiva:

4. *Lejos de estar pautada como un contrato, que corresponde al esquema con triángulo exterior (los convencidos), la comunicación televisiva reposa sobre una doble promesa:*

- Una *promesa ontológica*: esta promesa está contenida en el nombre del género mismo. Así, toda “comedia” es una promesa de risa, independientemente de su éxito efectivo. Toda emisión “en directo” está fundada en la simultaneidad del evento y de la recepción y, por esto mismo, es portadora de una garantía de autenticidad que no posee forzosamente una emisión grabada. Toda ficción es la promesa de un mundo organizado en función de una coherencia de conjunto. Esta enumeración podría continuar, pero tal como está basta para convencernos de que el conocimiento de las promesas asociadas a un género es más o menos bien compartido por el público. Si bien todos estamos de acuerdo en que una comedia tiene la obligación de ser cómica, el término “directo”, en cambio, da lugar hoy en día a muchas confusiones: algunos lo utilizan para calificar programas en los que un artis-

ta canta en un escenario sin hacer play-back, otros para designar imágenes tomadas en vivo (“live”), incluso los mismos periodistas no dudan en afirmar en ciertas circunstancias: “Las imágenes que vamos a ver fueron *grabadas ayer en directo* en Bagdad...”. En cuanto a la ficción, la relación que mantiene con la realidad es muy variable. Las telenovelas brasileras, por ejemplo, son tomadas muy en serio por todo un sector de la población que, a menudo, se las “agarra” con los actores que hacen el papel de malos.

Luego de estas observaciones podemos concluir que la categorización de una emisión en un género depende, a la vez, del saber y de la creencia: ¿Dónde comienza, por ejemplo, la ficción, tratándose del audiovisual? ¿A nivel de la imagen? ¿Del relato? ¿Del discurso? Resolver estas preguntas supone un saber. No obstante, sean las que fueren las variaciones de saber entre los espectadores, clasificar un programa del lado de las ficciones, más que del de la realidad, engendra creencias. En consecuencia, pudiendo esta creencia ser errónea, corresponde al analista de la televisión definir muy bien *lo que puede esperarse* de un género o, si se prefiere, cuál es su *horizonte de expectativas* (Jauss, 1977).

- Una *promesa pragmática*: una cosa es saber lo que es *el directo* o *la ficción*, y otra determinar si tal o cual programa es *en directo* o *ficcional*. Muy frecuentemente, el telespectador no sabe *a priori* a qué género pertenece una emisión, ya sea porque su “formato” es nuevo, ya sea porque no tiene ninguna manera de saberlo (por ejemplo, nada diferencia la transmisión de un programa en directo de la transmisión de un programa “grabado en las condiciones del directo”), por lo que se requiere a menudo de indicios extra-televisivos para determinar si se trata de uno u otro (por ejemplo, saber que tal cantante, visto en un programa de variedades con la nominación “directo”, toca esa misma noche en un teatro parisino). Para influir en las creencias de los telespectadores, los canales asignan por anticipado



un nombre de género a una emisión. Como el “directo” es portador de una promesa ontológica de autenticidad, ellos no dudan en caratular sus imágenes con esa denominación -como acabamos de verlo-, aun cuando sea mentira. Pero las estrategias de marketing van mucho más lejos: el mayor logro de estos últimos años es sin dudas la “tele-realidad”. Lanzado originariamente con el nombre “real-life soap”, *Big Brother*, que en Francia se convirtió en *Loft Story*, fue investido de un nuevo nombre de género: “tele-realidad”. Si bien la denominación dada por el productor Endemol acercaba el programa al género ficción, mostrando que de lo que se trataba era de hacer una telenovela con la vida real, al principio M6 situó su programa enteramente del lado del *mundo real*. Esta estrategia funcionaría más allá de toda esperanza, focalizando los debates entre intelectuales, a la salida de la emisión, exclusivamente en la cuestión de la documentalidad y de la representatividad de los jóvenes. La promesa pragmática puede consistir también en colocar una ficción en una función nocturna dedicada a tratar un problema de sociedad, que viene a ser lo mismo que autentificarla a los ojos de los telespectadores.

Esta promesa del canal es difundida por diversos soportes de comunicación: las conferencias de prensa de los dirigentes indicando las grandes orientaciones estratégicas (así, a inicios del 2004, el presidente del directorio de M6 anunció que la “tele-realidad” evolucionaba hacia el “docu-ficción”), los avances cinematográficos y, a menudo, las fichas técnicas. Además de su rol en la construcción de sentido, la denominación de las emisiones puede tener también un rol económico. El hecho de que M6 haya llamado a *Pop Stars* “documental” le permitió al canal obtener subvenciones del Centro Nacional de Cinematografía, reservadas para ese tipo de género. Y, sin embargo, para admitir este programa dentro de la categoría de “documental” hay que distorsionar un poco la definición del término: por lo general, entendemos por “documen-

tal” una filmación que hace inteligible un estado del mundo que existe independientemente de dicha filmación, mientras que en el caso de *Loft Story*, la realidad es imaginada y construida con el único fin de ser filmada. Por cierto, los productores de cine comprendieron el peligro de semejante deslizamiento semántico y presentaron un recurso ante el Consejo de Estado para impedir que M6 colocara a *Pop Stars* dentro de esa categoría. Lamentablemente, éste falló a favor del canal, aprobando una extensión de la noción de documental muy riesgosa.

Lo que es propio de la promesa es que no necesita del otro para existir. Basta con decir “prometo” para hacer una promesa. Al ser un compromiso sobre el futuro, es sometida, en un segundo momento, al juicio de aquel a quien se la hemos hecho. El otro tiene derecho a exigir que los actos correspondan a las palabras. En este sentido, la promesa de “tele-realidad” hecha a propósito de *Loft Story* es un compromiso tomado ante los telespectadores sobre la absoluta transparencia del programa, que va a permitirnos acceder directamente a los hechos filmados (“Nada se les escapa a las veintiséis cámaras [...] No nos perderemos nada de lo que pasa en las noches tranquilas o agitadas. Incluso durante la noche, serán filmados con cámaras infrarrojas”, anunció la primera noche el presentador Benjamín Castaldi). Un primer grupo de telespectadores, los “crédulos”, confió en el canal sin siquiera verificar lo que se decía y, como lo vimos luego, ponderó la supuesta documentalidad de *Loft Story*. Otros, en cambio, prefirieron confrontar esta promesa con el análisis de las imágenes, los sonidos y las condiciones de difusión. Aparecieron entonces numerosas distorsiones de la “realidad”: el hecho de que la emisión, contrariamente a lo que se había anunciado, no fuera en directo sino transmitida con una diferencia de 2’45”; que la elección de los participantes se realizara mediante un casting preestablecido; que se seleccionaran algunos diálogos o algunas secuencias, en función de esquemas narrativos saca-

dos directamente de los *sitcoms*, etc., hizo que este grupo de “escépticos” terminara por cuestionar nuevamente la comunicación del canal.

Considero, entonces, que en todo público pueden encontrarse estas tres categorías de espectadores: los *crédulos*, que toman al pie de la letra las promesas de sentido anticipadas por la comunicación mediática del producto; los *escépticos*, que desconfían de la manipulación y buscan pruebas para desmentir dicha comunicación, y los “*deca-dentes*” que encuentran placer en ese juego con los códigos, en los que les gusta ver un efecto del arte posmoderno. La “influencia” de esta comunicación es tanto más fuerte cuanto que el sistema mediático quiere que la promesa de sentido sea comunicada incluso antes de que la emisión exista: la juzgamos por anticipado, sin verla, y luego ese juicio tiene peso en nuestra recepción.

Los géneros son mucho más numerosos que los tres mundos que sirven de referencia a su interpretación, pero sería erróneo creer que es posible establecer una clasificación única y estable. Con todo lo dicho anteriormente habremos comprendido que los géneros son más bien categorías que varían considerablemente en función del uso que hagamos de ellas. Las lógicas de denominación de los programas son, en efecto, muy variables según su utilización: frecuentemente ocurre que una misma emisión es llamada de distintas maneras según se trate de responder al Pliego de condiciones de los organismos de regulación, a las mediciones de audiencia de los canales o a necesidades de archivo. De entre las diversas lógicas de denominación posibles, haré hincapié, para terminar, en dos que son de particular importancia para el investigador: la de los *mediadores* y la de los *telespectadores*.

La primera es, por supuesto, muy permeable a la promoción de los canales, pero a veces ocurre que se disocia de ésta, de manera significativa y muy rica para el analista. Tuve la oportunidad de realizar un largo trabajo de investigación sobre la

televisión de los años 70 y, como todo el mundo, al principio me vi tentado de medir los volúmenes horarios consagrados a la ficción, a los entretenimientos, a las informaciones, para compararlos luego con los de decenios anteriores y posteriores. Sin embargo, esto plantea un problema: mientras que uno cree estar midiendo entidades comparables, contabilizamos a menudo objetos heterogéneos sometidos a una categorización de las emisiones por canales. Basta con consultar algunos de los programas de la época para darse cuenta de que lo que entonces se llamaba “variedades” poco tiene que ver con lo que nosotros ponemos hoy en esa categoría: una emisión como el *Grand Echiquier*, que en 1973 ocupaba toda una función nocturna semanal, recibía tanto cantantes que aparecían poco en televisión, como intérpretes de música clásica o artistas de cabaret, lo que hoy en día sería inconcebible. De ahí la desconfianza en cuanto a la utilización que podemos hacer de las promesas subsumidas por la nominación. Pero hay más: al leer revistas de televisión de la época, como *Télérama*, descubrimos que esas categorías dejan entrever un sistema de clasificación en el que nunca habríamos pensado sin esa publicación. Los años 70, no importa de qué género se trate, están regidos en primer lugar por lo que se llama “hacer televisión sentados”. Tomando esta expresión como hilo conductor, y navegando en los programas de la época, descubrimos de pronto que los años 70 están efectivamente marcados por una mutación de dispositivo, que da a toda emisión un aire de conversación de salón, en donde se discute tanto sobre los avances de la ciencia, como sobre los grandes acontecimientos históricos o los proyectos de un artista invitado (Jost, 2005).

La segunda lógica de denominación sobre la que es conveniente insistir es la del telespectador. Al fin y al cabo, es a él a quién le corresponde elegir su horizonte de expectativas aceptando más o menos las clasificaciones que le son propuestas y, llegado el caso, creando otras. Es él quien debe so-

licitar ejercer a la vez su libertad y su derecho a exigir una conformidad entre la emisión y lo que ella promete. Es él quien debe decir si prefiere mirar tal emisión *de esta manera o de aquella...*

De todo esto, podemos concluir que analizar un programa de televisión es un razonamiento que se organiza en tres etapas:

- La determinación de la promesa a partir del análisis de todo el material de comunicación emitido por el canal (entrevistas, publicidades, avances cinematográficos, etc.), que implica tanto un análisis discursivo como semiológico
- El estudio de la emisión misma y la comparación de su dispositivo y de su posicionamiento con respecto a esas promesas
- El estudio de la recepción, que debe poner en evidencia la mayor o menor permeabilidad de los telespectadores a las promesas del canal y al dispositivo de la emisión misma, lo cual es propio de la semiología.

Si bien el programa no corresponde en todos los casos a las promesas del canal, y el telespectador, además, no las toma siempre al pie de la letra, eso no impide que las tres etapas del análisis tengan en común el terreno delimitado por el triángulo de los tres mundos televisivos.

#### Bibliografía

- ARNHEIM, R. *Le Cinéma est un art*, L'Arche, París, 1989 (1935).
- CAILLOIS, R. *Los juegos y los hombres*, FCE, México, 1986 (1967).
- GARRIGOS, L. y ROBERTS, I. "La télé-réalité, inconciliable avec la législation sociale", en *Libération*, 22 de marzo de 2006.
- JAUSS, H.R. *Pour une esthétique de la réception*, Gallimard, París, 1978 (1977).
- JOST, F. y CHAMBAT-HOUILLON, M.F. "Parents-enfants: regards croisés sur les dessins animés", *Informations sociales* N° 111, *L'enfant, le jeune et me*

*monde audiovisuel*, Caisse nationale des Allocations familiales, 2003. (Traducción al español: "Padres-hijos: miradas cruzadas sobre los dibujos animados", *Comunicación y medios* N° 16, Universidad de Chile, Santiago, 2005).

- JOST, F. "La télévision des années 70 existe-t-elle?", en Jost, F. (ed.). *Années 70, la télévision en jeu*, CNRS, París, 2005.
- ECO, U. *La guerre du faux*, Editions Grasset & Fasquelle, París, 1985.
- PAVEL, T. *Univers de la fiction*, Éditions du Seuil, París, 1988 (1986).
- RECANATI, F. *La Transparence et l'énonciation. Pour introduire a la Pragmatique*, Éditions du Seuil, París, 1979.