

Ver o no ver. La mirada sobre la televisión¹

*María Elena Bitonte**

RESUMEN

El artículo trabaja sobre las distintas formas en que históricamente se relacionó el sujeto con el medio televisivo. Cómo las diferentes aproximaciones enfatizaron la percepción visual para comprender la cultura y el sujeto y cómo la socio-semiótica, ha desplazado la primacía de la visión por la noción de *contacto*, permitiendo una mejor comprensión del funcionamiento de los medios (sobre todo audio-visuales) y de su relación con las prácticas sociales. Así, el trabajo propone una reflexión sobre la historia de los medios de comunicación, principalmente, de la televisión a partir de la relación entre la imagen, el contacto y lo simbólico.

Palabras clave: imagen – contacto – televisión

RESUMO

O artigo trabalha sobre as distintas formas nas quais historicamente o sujeito se relacionou com o meio televisivo. Como as diferentes aproximações enfatizaram a

* Maestría en Comunicación y Cultura, Facultad de Ciencias Sociales U.B.A. mariabitonte@hotmail.com Es Licenciada y Profesora en Letras por la Facultad de Filosofía y Letras U.B.A., se desempeña como profesora de **Semiótica de los medios II**, en la Carrera de Ciencias de la Comunicación, Facultad de Ciencias Sociales de la U.B.A. **Investigadora** en el Proyecto UBACYT de Investigación sobre **Modos de construcción de la diferencia en discursos televisivos** de la Cátedra Semiótica de los Medios II, dirigido por María Rosa del Coto e **Investigadora** en el Proyecto UBACYT de Investigación sobre Metacognición del Departamento IV, Semiología, CBC, UBA, dirigido por Bertha Zamudio.

percepção visual para compreender a cultura e o sujeito e como a sócio-semiótica tem deslocado a primazia da visão pela noção de *contato*, permitindo uma melhor compreensão do fenômeno dos meios (sobretudo áudio-visuais) e de sua relação com as práticas sociais. Assim, o trabalho propõe uma reflexão sobre a história dos meios de comunicação, principalmente, da televisão a partir da relação entre a imagem, o contato e o simbólico.

Palavras-chave: imagem – contato- televisão

ABSTRACT

This paper deals with the different forms on which the subject is related historically within television environment. How the different approaches emphasize the visual perception to understand the culture and the subject, and how the social semiotic has changed. The sight primacy into touching notion, allowing a better understanding of the phenomenon, (especially audio – visual means) and its relation with social practices. Therefore, this paper proposes a reflexion about the history of the means of communication – media, mainly television, starting with the relation between image, touch and the symbolic.

Key words: Image- touch- television

RÉSUMÉ

Cet article fait une approche des différentes façons par lesquelles le sujet a eu des rapports, du point de vue historique, avec le milieu télémediatique. En outre, il veut également montrer comment les différentes approches ont mis en évidence la perception visuelle pour comprendre la culture et le sujet, et comment la socio-sémiotique a déplacé la primauté de la vision par la notion de *contact*, en permettant une meilleure compréhension du phénomène des médias (surtout les audiovisuels), et de leurs relations avec les pratiques sociales. Ainsi, cet article propose une réflexion sur l'histoire des moyens de communication, surtout la télévision, ayant comme point de départ la relation entre l'image, le contact et le symbolique.

Mots-clés: image; contact; télévision.

Pan-orama (un pantallazo al estado de la cuestión)

Este trabajo parte del enorme desarrollo que ha tenido a lo largo del siglo XX el pensamiento sobre lo visual, para rodear la cuestión de su primacía desde diversas perspectivas teóricas, para situar su tratamiento en el marco de la socio-semiótica y para perturbar, si se quiere, esa hegemonía.

Asuntos como la perceptibilidad, la visualidad (y sus correlatos, los perceptos, los cuerpos) se erigieron, desde distintas disciplinas, como asuntos focales de los debates teóricos del siglo XX. Podemos hacer un relevamiento rápido de las distintas posturas más o menos contemporáneas que colocan la visión en el centro de sus sistemas: Foucault y *el panóptico*, Guy Debord y *la sociedad del espectáculo*, Richard Rorty y *el espejo de la naturaleza*, Christine Gluksman y *la folie de voir*, Metz y la noción de *régimen escópico*, Lacan, Sartre, Merleau Ponty, Erving Goffman, y la lista podría seguir. Todas estas aproximaciones apuntan o bien a la relación entre las diversas formas de percepción y los cambios culturales, o bien, a los efectos de la mirada sobre los cuerpos. De manera semejante se concibió también a los medios masivos, sobre todo y de modo más natural, a la televisión, desde sus inicios, como reservóreo de imágenes.

Martin Jay, en *Regímenes escópicos de la modernidad*(1988), describe tres modos de mirar básicos de la era moderna: el perspectivismo cartesiano, el descriptivo (que floreció en el arte de los Países Bajos en el siglo XII) y finalmente, el barroco (lo que Christine Gluksman entiende como *la folie du voir*), que sería el imperante –aunque a veces reprimido– en toda la era moderna. El interés de Jay –quiero destacar– reside en observar qué lugar y qué formas asume la mirada en las distintas tradiciones epistemológicas. Así, las relaciones entre visión y punto de vista (punto de vista único, fijo, cartesiano o múltiple, distorcionante, paradójico, barroco), entre visión y poder (visibilidad y control), entre visión y espectáculo (puesta en escena, máscara, ficcionalización), entre visión y oído (velocidad, fugacidad o memoria, reflexión, conocimiento) son modos de conceptualizar las formas en que la mirada, a lo largo de la historia, adquirió un rol

constitutivo tanto de las identidades subjetivas como de los espacios mentales sociales.

Hacia fines de los '80, Martin Jay(1988) llega a la conclusión de que el predominio de la vista, que había sido considerado el rasgo distintivo de la modernidad, declina frente a posiciones muy críticas, que han tendido en el siglo XX a desentronizarla, dando lugar a una creciente aversión hacia lo visual: "A pesar de que sería tonto sostener que el perspectivismo ha desaparecido, la medida en que ha sido desnaturalizado y fuertemente combatido, tanto en la filosofía como en las artes visuales, es ciertamente notable"(Jay, 1988 en Vacchieri, 1992:46). Desde pensadores alemanes como Nietzsche y Heidegger hasta filósofos contemporáneos como Richard Rorty en Inglaterra, se puede percibir –señala más recientemente- una «hostilidad hacia la primacía de lo visual»(Jay, 1992:100), lo cual, de acuerdo con las formulaciones de Hans Georg Gadamer, sienta las bases del fenómeno hermenéutico. Desde la vertiente hermenéutica, asistimos a una reivindicación alternativa del oído, ya sea asociando la Palabra (la palabra hablada) con una dimensión original, de oráculo, de la Verdad, frente a lo ilusorio o distorsionante de la visión; ya poniendo de relieve la oralidad frente a la escritura (Walter Ong 1986); ya revalorizando el papel del sonido en el tratamiento del cine (Chion, 1993); ya destacando las prácticas que se desarrollan en torno de la TV (la televisión como punto de reunión familiar, una suerte de fogón, en torno al cual se tejen valores y costumbres basados en la tradición oral (Martín Barbero, 1983); ya concibiendo a la televisión como generador simbólico de lazos sociales (Dominique Wolton, 1990). Recordemos además que la categoría estética de contemplación dominante en la modernidad, es sustituida en el posmodernismo por un modo de percepción al que Fredric Jameson (1995) caracterizó como "hipnótico", flotante.

Como se puede apreciar, cuando se trata de describir en las sociedades post-industriales, la relación entre medios de comunicación (incluso audiovisuales) y prácticas sociales, paradójicamente, la Mirada resulta, para muchos estudiosos, insuficiente. Pienso entonces, en algunos postulados de la socio-semiótica que presentan una alternativa frente a los modelos centrados en la imagen. Me referiré, especialmente a los desarrollos teóricos del semiólogo argentino Eliseo Verón.

El desplazamiento de la mirada

Para analizar la relación entre acontecimientos y discursos sociales mass-mediáticos, Verón parte de la clasificación de signos de Charles Peirce. Toma aquella clase de signos que se definen a partir de su relación con el objeto, esto es, aquellos que se parecen al objeto (íconos), aquellos que lo señalan (índices) y aquellos que lo designan por una convención (símbolos). En función de esta tricotomía, Verón (1989) periodiza la historia de los medios según tres momentos: primero, el predominio del orden simbólico, con la prensa; segundo, el del icónico, con el cine y la fotografía y tercero, el de los índices (la contigüidad), con la radio y la televisión². En la primera etapa, la eficacia del *contrato de lectura* (Verón, 1985) reposaba sobre la certeza ideológica de que el lenguaje expresaba la verdad. En la segunda, la credibilidad fue desplazada a la capacidad de las imágenes de reflejar las cosas. Y en la tercera, la credibilidad se sostiene por la posibilidad de estar en contacto. Como vemos –si me permiten la expresión- la era de la televisión no es para Verón la era de la imagen. Voy a ampliar esto más adelante.

Pasemos ahora revista a los escritos en los que Verón elude el sentido -común- de la vista y gira hacia al registro del (con)tacto³, es decir, del indicio. En un escrito de 1994, muestra el decurso histórico de la imagen desde cuando era sometida a abordajes de tipo semiológicos, hasta que empieza a ser objeto de un método más específico. En ese texto advierte que, a principios de los '60, Roland Barthes impone una forma de análisis para la fotografía aplicando el método lingüístico a un objeto que no lo es (Barthes, 1961). Posteriormente (Barthes, 1964), crea la noción de “códigos preexistentes” (lingüístico, cultural y gráfico) a partir de los cuales toda la mecánica del análisis quedaba reducida a la relación entre la letra y la imagen, más el ingrediente del código simbólico o cultural que el observador podía incorporar como quien sazonara un plato: «Es como si el punto de partida (incluso utópico) –afirmaba Barthes- fuese una fotografía bruta (de frente y nítida), sobre la cual el hombre dispondría, gracias ciertas técnicas, los signos provenientes del código cultural».

Ahora bien, en la década del '70 –y coincidiendo con la revisión post-estructuralista- la semiótica llamada «de segunda generación» inicia una fuerte crítica al modelo estructural. Verón destaca, en el mencionado

trabajo, la figura de Christian Metz, quien rechazó tanto la segmentación en unidades mínimas, como el análisis inmanentista, en la medida que la noción de códigos aplicados a la imagen no supera el aislamiento del devenir histórico y social: «En verdad la noción de ‘visual’ -dice Metz (1970:52)- en el sentido totalitario y monolítico que le atribuyen ciertas discusiones actuales, es una fantasía o una ideología, y la imagen (por lo menos en ese sentido) es propiamente algo que no existe».

Hacia el final de su producción, Barthes (1980) regresa a la fotografía, abriendo ahora el juego a la relación con las prácticas sociales. En términos de Verón, pasa de un análisis de ese objeto como mero “soporte” técnico a un análisis de la fotografía como “discurso social”. Para eso necesitó correrla de aquel lugar de pura representación, siempre descifrable como un lenguaje. El objeto, señala Verón, había cambiado de estatuto. Hubo un cambio de signo: la fotografía se definirá a partir de ese momento «ante todo por su condición indicadora antes que por su naturaleza icónica, con lo cual da prioridad al tiempo y no al espacio» (Verón, 1997:57). Sin ignorar el fuerte impacto de su capacidad referencial, la fotografía, afirma ahora Barthes, tiene un carácter eminentemente constativo: el objeto, efectivamente había estado ahí. De este modo, la fotografía, más que re-presentar al objeto en el espacio, lo trae de nuevo en el tiempo, es una emanación temporal del objeto: «no se puede negar –afirma Barthes (1980)- que la cosa estuvo efectivamente ahí.

Este nuevo encuadre posibilitará también, nuevos abordajes de los materiales. Así, Verón retomando los estudios de Barthes sobre la evolución histórica de la fotografía, mostrará cómo el mismo soporte puede generar distintos efectos semióticos, según las prácticas a las que se asocie: a mediados del siglo XIX, por ejemplo, el retrato de los notables consistía en una apropiación privada de lo público, en cambio en el siglo XX, se da el fenómeno inverso: la apropiación pública de lo privado. Finalmente, la relación entre soporte y práctica permite leer tanto las transformaciones sociales como la configuración de subjetividades, tal como lo vuelve a plantear en 1999: «esta característica de emanación de lo real pasado, este poder de autentificación propio de la fotografía explicarán el papel fundamental que esta desempeñó socialmente en la construcción del individualismo moderno»(Verón, 1999:17).

Verón había encontrado en *La chambre claire* ciertas «intuiciones fundamentales» sobre la fotografía que pronto trasladaría a otros terrenos: a la televisión (y en general, a los medios audiovisuales) y al libro (y en general, a los medios de prensa). Precisamente en *Esto no es un libro*, argumenta que si bien, de manera evidente, en su aspecto lingüístico, el libro corresponde al registro de lo simbólico, sin embargo, en tanto objeto material que se instala y a la vez instala al lector en el espacio y el tiempo, es de carácter indicial. El índice –valga la aclaración– es la clase de signos que tiene un reenvío bi-direccional: se encuentra en una conexión dinámica tanto con objeto al que designa como con el sujeto que lo percibe. Verón destacará, entonces, la conexión orgánica entre sujeto y libro. Así, desde el punto de vista espacial, «el libro -afirma- es ante todo un *lugar*, un *espacio* (en el sentido material del término) en el que se puede entrar y del cual se puede salir» (Verón, 1999:17); desde el punto de vista del tiempo, el libro me instala en una dimensión histórica, sociocultural (algo así como el *studium* barthesiano de la fotografía) a partir de la cual me constituyo como sujeto en el devenir temporal; y desde el punto de vista del «cuerpo signifiante» (Verón, 1976), el contacto se da a través de toda una serie de recorridos hechos de «un tejido de vectores indiciales» (localización en la memoria de párrafos, páginas, fragmentos, etc.).

Muy probablemente la aproximación a los trabajos de Bateson⁴ (en los años ´60) y posteriormente, el pensamiento peirceano (en los 70), le han permitido a Verón trabajar con una concepción de sujeto no cartesiano, esto es, un sujeto corporal y no “oculocentrado”. A partir de estos referentes teóricos y con la incorporación de algunos planteos de Lacan, Eliseo Verón (en los ´80) introducirá un encuadre cognitivo-social que excede lo visual, postulando la mirada como el punto de confluencia de dos órdenes: el icónico y el indicial (la imagen y sus desplazamientos; la semejanza y la metonimia). La mirada, sostiene Verón, opera por una serie de deslizamientos. Se fija pero se desliza: del sujeto al objeto, de un objeto a otro objeto. Además –agrega siguiendo a Lacan– la mirada tiene una papel esencial en la estructuración de la imagen del cuerpo. Tal como se desprende de *El estadio del espejo* (Lacan, [1949] 1972), el niño de seis a dieciocho meses empieza a percibir la figura que está en el espejo como una imagen de sí mismo. Para ello necesitó la sanción de la mirada de la

madre que así se lo confirmara. El niño, que era todo unión con el cuerpo materno, ahora sabe que es otro. Desplazó el contacto físico a la función de la mirada. Verón (1988) retoma estas consideraciones en *El cuerpo reencontrado* donde afirma: «La mirada aparece entonces como una *bi-sagra* entre el orden metonímico y el orden icónico» (Verón, 1993:146), es decir, entre la contiguidad existencial y la imagen. Veamos ahora cómo Verón la extiende este planteo a la televisión.

¿Qué ves?

En un artículo del año 1987, titulado *Cuerpo y metacuerpo en la democracia audiovisual*, Verón alude a la singular importancia que adquiere el medio televisivo para la fabricación de identidades de los sujetos políticos, en las democracias contemporáneas. Observa que el político, en televisión, se construye fundamentalmente como cuerpo. Cuerpo definido como «materia significante» en la tanto que muestra indicios a partir de los cuales el destinatario lo significa. Una digresión al respecto. Se trata de un proceso inferencial que, sin duda, podemos definir como abductivo. Tal como lo exponen Eco y Sebeok (1989), en la abducción se opera a partir de la observación de signos (huellas, indicios) perceptibles en la superficie de las cosas (el proceso es explicado con el ejemplo de Sherlock Holmes). Ligando dichos signos se obtiene la imagen de un objeto, una situación, un personaje, esto es, una imagen hipotética. Retomemos para ilustrar, el caso citado por Verón, en la contienda presidencial de Francia de 1981 en el trabajo mencionado arriba. Cuando por regla general, observa, la imagen del Presidente se significa a partir de emblemas de lo alto, de lo formal, la dignidad, la ley, etc., la estrategia del candidato Coluche consistió en mostrar una imagen inversa: lo bajo, lo burdo, lo obsceno, lo prohibido. Los medios -señala Verón- ponían en escena un paradójico parentesco: el del presidente y el payaso. Coluche tomaba la imagen del Presidente como su propio espejo pero para mostrar su carnavalización: “el anti-cuerpo presidencial”. Un cuerpo «en la distancia» en el hogar. Un cuerpo de señales. Un cuerpo que refiere a otro refiriéndose a sí mismo. Cuerpo mediatizado. *Metacuerpo*.

En toda la serie de artículos publicados en Francia durante la década del '80 y especialmente en su clásico, *Construir el acontecimiento* (1984),

Verón analiza las modificaciones que provocan los cambios tecnológicos en los modos de percepción y de representación, en los imaginarios y en las prácticas sociales. Recordemos, una vez más que el soporte televisivo está marcado, desde su nombre mismo con la idea de ver (visión = lo icónico) a distancia (en griego, *téle* = lejos). En relación con los imaginarios sociales de la distancia, Verón describe dos momentos: primero, cuando se la disimula a través de diversas estrategias en producción (como el ocultamiento del dispositivo) y después cuando la distancia comienza a resultar perceptible y reconocida como valor⁵. Detengámonos un poco aquí. En *Interfaces* (Verón, 1989) se establece, como adelantamos, dos períodos que distinguen dos tipos de sociedades: las *mediáticas* y las *mediatizadas*. Las primeras corresponden a la etapa industrial, a «una sociedad en que poco a poco se implanta tecnología de comunicación en la trama social» (Verón, 2001:42). En ese contexto, los medios son vistos como un espejo de la realidad. Esta forma de recepción se vincula con una ideología representacionista que se instala en el lugar que había dejado vacío la novela realista. Entoces el lenguaje de la televisión se imponía con aquella misma promesa de transparencia⁶. Por otra parte, «las sociedades post-industriales –afirma allí mismo- son sociedades en vías de mediatización, es decir, sociedades en que las prácticas sociales (modalidades de funcionamiento institucional, mecanismos de toma de decisión, hábitos de consumo, conductas más o menos ritualizadas, etc.) se transforman por el hecho de que hay medios». (Verón, 2001:41) Es entonces cuando la estrategia del informativo deja de caracterizarse por el «directo» y comienzan a aparecer en pantalla todos los elementos tecnológicos que ponen al descubierto el carácter fabricado del producto (cámaras, micrófonos, personal técnico, paneles de control, otras pantallas). Esto se asocia con cambios sociales fundamentales, por ejemplo, el desplazamiento del escenario político –parafraseando a Landi (1992)- del foro a la televisión. También se transforman los imaginarios: el público ya no cree más en transparencia de la televisión. En adelante depositará su creencia no ya en la imagen representada sino en la exhibición del dispositivo técnico. El despliegue tecnológico se constituye a partir de entonces en vedette. Correlativamente, el artificio será puesto en primer plano. De este modo y cada vez más, lo que exhibe la televisión ha de ser

si no importante en relación con el contenido, por lo menos estético en relación con la forma, “telegénico”, había dicho Eco ([1983] 1992:216-18)⁷. Por esos años, Umberto Eco analizaba las diferencias entre la *paleo* y la *neo televisión*. Refiriéndose a la crisis de la idea de verdad en la neotv, afirma que «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 realidad (Eco [1983] 1992:210)». Y sostiene que el público «sabe que la televisión está presente y es consciente de que eso que ve (real o ficticio) ocurre a mucha distancia y es visible precisamente en virtud del canal televisivo» (Eco [1983] 1992:205).

En estas condiciones, si la audiencia dejó de percibir el discurso de la televisión como aquella ventana abierta a la realidad, si el cuerpo del político devino “metacuerpo” ¿Cómo -se pregunta Verón- sostener la creencia en ese medio? ¿cómo generar confianza en la distancia? Habrá que generar estrategias alternativas para preservar el contrato de lectura. La respuesta será *el contacto*.

¿Qué ves cuando me ves?

En *Interfaces* Verón ([1989] 2001:43) afirmaba que “en lo que se refiere a la televisión, se habla mucho de la imagen; pero en ésta lo fundamental es el registro del contacto: el cuerpo significativo y la economía de la mirada”. Eco, por su parte, también aludía a esta operación y la explicaba del siguiente modo: «(el presentador) al colocarse de cara al espectador, este advierte que le está hablando precisamente a él a través del medio televisivo, e implícitamente se da cuenta de que hay algo «verdadero» en la relación que se está estableciendo» (Eco [1983] 1992:206). Verón, remarca que el poder de la mirada consiste en generar dos tipos diferentes de creencia: la del periodista y la del político. En el pasaje de un pacto basado en la representación a un pacto basado en el contacto, la confianza en el político surgía en la década del '80, como vimos, emanada por los signos de su propio cuerpo y gracias a la mediatización televisiva. Hoy, en virtud del declive del debate político en televisión (Mouchon, 2002), de su deslegitimación generalizada (Wolton, 1989), y frente, a los nuevos

espacios no mediáticos de deliberación (fenómeno de asambleas populares en Argentina y Latinoamérica) asistimos a la gestación de nuevas formas de expresión del discurso político. La pregunta que se plantea en este contexto es entonces ¿cuál será su relación con el soporte televisivo, al que tanto le debe? ¿Acaso –como sugiere Verón (1989) se apoyará sobre la prensa, que le ofrece la ventaja del despliegue de lo simbólico?

Pero volvamos atrás un momento. En 1983, Verón centraba su análisis de los medios en el noticiero televisivo. Cuando el peso de lo icónico (anclado en las imágenes en directo) y lo simbólico (anclado en el relato) decreció, fue preciso reformular un contrato de lectura planteado desde la estrategia de la objetividad. Fue a partir de entonces que el periodista, cuya expresividad había estado anulada, comenzará a mirarnos a los ojos. «Esta condición -dice Verón- fundamental de su enunciación no puede reproducirse en una transcripción escrita de sus palabras (...) Finalmente, el noticiero televisivo ha elegido constituirse alrededor de esta operación fundamental, en tanto índice del régimen de real que le es propio: los ojos en los ojos se convierte en una de las marcas del género. Denominamos a esta operación el eje O-O» (Verón, 1983:24). La puesta en relieve de este registro (indicial-metonímico) de la televisión de los '80 (que desplaza, aunque no anula, a los otros), comienza siendo la estrategia que estructura el contrato de lectura del noticiero aunque sus alcances pueden hacerse extensivos ahora a otros géneros.

El dispositivo de la mirada pone en funcionamiento un mecanismo con varios efectos:

1) Crea un vínculo imaginario de perceptibilidad mutua. El “televidente” –a falta de una mejor expresión- es cautivado (“tocado”, “enganchado”, “devorado”) por el otro, en ese juego. “Está ahí, lo veo, me habla” es la expresión de ese contacto directo (recordemos la capacidad de doble reenvío de los índices, hacia el sujeto y el objeto a la vez). El contacto, tal como lo habíamos adelantado en relación con *El cuerpo reencontrado*, es un reenvío metonímico, indicial, ya que implica una relación de contigüidad. El eje de la mirada liga a enunciador y enunciatario, del mismo modo que el cordón umbilical⁸ ligaba al niño a su madre y ese vínculo termina transformándose de imaginario en existencial. ¿Una regresión a ese goce, cada vez que uno se enfrenta al aparato? Verón mantendrá estos juicios hasta hoy, en una reciente

reedición de *El living y sus dobles*, donde vuelve a afirmar que “los discursos sociales buscan actualmente, más o menos bien, apropiarse de los mecanismos significantes que reenvían, en última instancia, a ese lugar, dinamizado por el juego de la proximidad y la distancia, donde toda noción de territorio encuentra, para cada uno de nosotros, sus orígenes: el vínculo del niño con el cuerpo de su madre” (Verón, 2001:40). Siguiendo esta línea, nos podríamos preguntar hasta qué punto la televisión contribuye a construir identidades como sujetos de la mirada. Todo está en aceptar el trato. O entrar en transferencia. O en trance.

2) La mirada a cámara, en los medios audiovisuales, desfictionaliza. Eso explica que en el cine de ficción tradicional esté, de hecho, prohibida (Caselti, 1983). Porque salta de la ficción, como una flecha (los índices tienen, según Peirce esa naturaleza compulsiva) que irrumpe hacia (señala) la realidad. Un caso ejemplar es el de las tiras animadas para niños: pongamos por caso, a Correcaminos que, perseguido por Coyote, atraviesa un abismo corriendo por el aire. Coyote logra hacer lo mismo hasta el momento que mira a cámara. Es precisamente en ese instante (cuando rompe la diégesis interna del relato) que la ficción se quiebra y cae, atraído por la fuerza y la gravedad de la realidad.

3) Pero además decíamos que la mirada es un operador de desplazamientos. Es a partir de ella, como una “bisagra”, que el presentador direcciona (separa, articula) y subraya como si se tratara de itálicas, los distintos segmentos del discurrir informativo. Una vez más, una operación indicial. Suplementariamente, toda una gama de procedimientos y operaciones técnicas completan esta nueva modalidad de contrato, en los demás niveles (kinésico, proxémico, escenográfico, presentación de sujetos y objetos, sonido, iluminación, etc).

Si por un lado Jay vaticinaba un desplazamiento de la visión hacia el oído que abriría paso a la hermenéutica, la vigencia del orden indicial (del contacto y de la acción) se inscribe en un marco de reflexión pragmática (en términos de la secundidad peirceana). Y es precisamente la dimensión pragmática la que habilita los planteos éticos que hoy dominan el campo intelectual. En Verón, pese a su problemática adscripción a la vertiente pragmática, esta línea de reflexión conduce a un replanteo de su teoría de los discursos sociales en función de la teoría de los espacios

mentales⁹. Veremos enseguida, de qué modo es posible considerar los espacios mentales como el producto de un contrato de lectura derivado de la relación entre el soporte y la audiencia. Y esto es particularmente ostensible a partir de los '80, cuando los productos televisivos comienzan a servirse de toda una serie de dispositivos estructurados básicamente alrededor del orden indicial para reforzar los efectos de un contrato de lectura cómplice.

Cuando la mentira es la verdad

Hacia fines de los '90 asistimos a nuevos debates que reavivan las encendidas polémicas setentistas. La aparición de nuevas formas, como la inauguración de un nuevo escenario judicial en televisión, tal como señala Oscar Landi (1992:45), “ofrece la posibilidad de generar fenómenos cuestionables como la instalación en la opinión pública, a través de la televisión, de un juicio respecto de ciertos hechos antes de que lo haga la justicia, el vedettismo exagerado de algún magistrado y, sobre todo, el condicionamiento de la escena jurídica por las presiones y jugadas del poder político. Sin embargo, el nuevo cruce entre justicia y medios, particularmente el ingreso del procedimiento oral y público en el espacio audiovisual, da más transparencia a las causas”. Desde una perspectiva veroniana, podríamos afirmar que estas no son sino nuevas formas de contacto en la medida que la TV extiende ahora una vía alternativa para que el público pase al otro lado de la pantalla. La táctica condensa paradójicamente los estatutos de ciudadano y personaje.

Menos optimista que Landi, Beatriz Sarlo (1994) cuestiona que la televisión resulte un lugar “más próximo y más confiable” que las instituciones del Estado (aún cuando estas son, de hecho, deficientes) puesto que todo lo que entra en ella es convertido en show. La imagen hoy, sostiene, ha perdido toda intensidad, toda capacidad de asombro, toda transparencia y sólo está ahí esperando que otra la suceda. Sarlo expresando una concepción lingüística de las imágenes televisivas, las reduce a una sintaxis vacía de contenido. El telespectador (este sí lo es) tiene una cierta ilusión de control a través del *zapping*, sin embargo, no puede evitar seguir sumergido en ese flujo caótico e irreflexivo¹⁰.

En este mismo sentido, el español Jesús García Jiménez (2000:34) realiza la siguiente invectiva: “Los actuales realizadores de televisión, muy en especial los de continuidad de algunos canales, se entregan apasionadamente a la rutina psicodélica de yuxtaponer dos, tres o cuatro planos por segundo, en un “montaje-collage” que emborracha los ojos de los telespectadores. Es extremadamente difícil (por no decir imposible) advertir razón alguna en esa yuxtaposición como no sea la voluntad cegadora de producir un ritmo visual endiablado, exigible quizá por esa televisión que Ramonet llamó acertadamente “golosina visual”. Pero la “golosina visual” que podría justificarse en un videoclip, está en los antípodas de la voluntad informativa”.

Se podría, incluso, hablar del declive de la información como género. Un primer síntoma es el vaciamiento de su objeto, que la vuelve, cada vez más, un discurso autorreferencial. Otro, sería la aparición en primera línea de programas que son verdaderas parodias informativas. Como rasgo histórico fundamental, la parodia -siguiendo a Tinianov- denuncia el agotamiento de los procedimientos de construcción discursiva (Paulo, 1980). En Argentina ese género se inaugura con *La noticia rebelde* y ha continuado con programas como *Noti dormi*, *P.N.P.*, *C.Q.C.*, *Medios locos*, *Televisión registrada*, etc. Por su parte, programas de ficción, en la actualidad (*Primicias*, *Por ese palpar*, etc.) comienzan a tomar como base de sus tramas, al discurso informativo o sus subespecies.

Por otra parte, las múltiples formas de participación que promueven los géneros de la televisión actual, (sondeos de opinión, encuestas, participación telefónica o por Internet, concursos, tribuna, público en escena, etc.) y el deslizamiento de estas dinámicas al informativo, se suman a la puesta en escena, la narrativización, las dramatizaciones, el protagonismo de la cultura del *star system*, la estetización de las miserias humanas, entre otras operaciones) que culminaron engendrando sub-géneros informativos como el info-show, el talk show, el reality show, el docudrama y otros por el estilo (García Jiménez, 2000). De este modo, se hace cada vez más evidente la brecha entre el discurso sobre los acontecimientos y los acontecimientos y más irresponsable la aproximación entre información y espectacularización. Pero como contrapartida, las audiencias están cada vez más involucradas en los mecanismos de producción de esta puesta en

escena. En términos de Peirce, se diría que estas nuevas modalidades tienen como correlato la activación de efectos predominantemente afectivos (sensaciones) y la desactivación de efectos pragmáticos (en términos de intervención social) y sobre todo de efectos cognitivos. La hegemonía mundial de este tipo de géneros y de sus tácticas, que han teñido incluso a aquellos géneros de los que eso no sería esperable, desde hace tiempo ha sido denunciada no sólo por el público y la crítica sino también por diversas organizaciones preocupadas por la educación de las audiencias¹¹. Ya en 1990 Casetti y Odin señalaban que en la neo-televisión no interesa comprender, meditar, aprender sino que todo en ella se reduce a puros fragmentos de vida sin hilación¹² y a un puro contacto sin objeto. Todo lo que cuenta es “estar ahí”. Esta expresión, toma a cargo ahora un juicio ético.

Estoy ahí, me ve, hablo

La doble direccionalidad del “estar ahí” remite a una inversión histórica. Tal como lo advierte Deleuze (1990), antes el público observaba a las multitudes en pantalla, ahora en la pantalla, las multitudes observan al público. En la *Carta a Serge Daney: Optimismo, pesimismo y viaje en Pourparlers*¹³ retoma la periodización del cine de Daney, que tiene tres momentos. En los inicios del cine –dice- el espectáculo de la armonía y la belleza de la naturaleza sucumbe aplastado por las grandes multitudes humanas manipuladas por el poder del Estado (actos políticos, despliegues militares, propagandas del Estado, los campos de concentración). Luego hubo una “pedagogía de la percepción” a cargo de los primeros cineastas (Rossellini, Resnais, Godard, los Straub, Syberberg, Duras, Oliveira), que enseñaron los fundamentos de lo sonoro y lo visual. Hoy, en una tercera edad, la muerte del cine puede estar a cargo de la televisión. Los planteos acerca del orden metonímico son llevados en los ‘90, por Deleuze (otro consecuente lector de Peirce), al extremo. Deleuze hace del signo televisivo un tratamiento semejante al de Verón, atribuyéndole también un carácter primordialmente indicial. Pero el giro deleuziano, señala una nueva función de la imagen que respondería a la pregunta: “cómo insertarse, cómo deslizarse en ella, ya que toda imagen se desliza ahora sobre otras

imágenes, ya que “el fondo de la imagen es desde siempre una imagen” y el ojo vacío, una lente de contacto? (Deleuze 1990, en Delfino, 1993:143)”. El público cambió su lugar de espectador y ahora es “controlado y enviado a bastidores, en contacto con la imagen, inserto en la imagen (...) no es cuestión de belleza ni de pensamiento, sino de estar en contacto con la técnica, tocar la técnica (Deleuze 1990, en Delfino, 1993:143)”. Deleuze encuentra que en esta nueva modalidad, la imagen ha perdido no sólo la capacidad de crítica (como en Casetti y Odin, 1990) y de consagración de lo político (como en Verón, 1998) sino también su función estética¹⁴, desplazada por una pseudo función social que no es otra cosa que un enmascaramiento de las nuevas formas de control del Estado.

En relación con la capacidad de la televisión, de crear espacios inclusivos y vinculantes, recientemente, como anticipé, Verón (2002) ha introducido el concepto de *espacios mentales* en su teoría. Se trata de configuraciones semióticas de percepción y de aprehensión de la realidad, basados, fundamentalmente en reenvíos indiciales. Sin duda, se puede considerar a los espacios mentales televisivos como el producto de un contrato de lectura derivado de la relación entre el soporte y la audiencia. En televisión resulta interesante observar cómo cada canal, cada género, cada programa, aprovecha los recursos que pone a su disposición el soporte para conformar un ambiente en el que se acomoden tanto los personajes como los destinatarios. Es particularmente notable el aprovechamiento que se ha hecho a partir de principios de los ´80 y crecientemente, hasta hoy, de toda una serie de dispositivos que, estructurados básicamente alrededor del orden indicial, configuran los espacios “dentro” y “fuera” de la pantalla, como espacios contiguos. En efecto, la nueva puesta en escena crea un espacio de doble tránsito: del otro lado de la pantalla, de tersura cada vez más volátil, el televidente es tocado por la mirada del otro y por este solo gesto el canal de contacto adquiere una profundidad inusitada. El living de casa se prolonga hacia el estudio. Su ambientación duplica (aunque de manera idealizada) la del hogar, incluso su desorden, su informalidad, sus cosas; el locutor ha perdido toda rigidez, en sus gestos, en sus movimientos, en su vestido, en su lenguaje. Usa un registro familiar, comenta, incluye al destinatario en sus juicios, en sus gustos, toca temas domésticos, cotidianos, íntimos¹⁵. Los personajes atraen

(son atractivos o exóticos), los colores llaman la atención, los enigmáticos íconos de identificación de los canales –ahora móviles– hipnotizan, los sonidos interpelan. Repentinamente los niños, inadvertidos, giran hacia el aparato: se trata de algún aviso institucional. Las estrategias de contacto llegan al extremo en el reality-show, donde la fuerza del contrato no reside tanto en lo analógico (el reality) sino en la contigüidad, en la medida que el show consiste en invitar a la audiencia a participar de un juego (Verón, 2000).

Un nuevo pacto ya no basado en la contemplación se ha inaugurado. El contacto, recurso inestimable del sacerdote que, tocando a los feligreses con agua bendita, los participa de la gracia de Dios, es ahora la piedra sobre la que se edifica la televisión.

Referencias

BARBERO, Martín. *Memoria narrativa e industria cultural*, en *Comunicación y cultura N° 10* y, con Sonia Muñoz, *Televisión y melodrama*, Bogotá: Tercer Mundo, 1992.

BARTHES, Roland. *Le message fotografique*, Paris: *Communications*, 1961.

_____ *Retórica de la imagen*, AAVV, 1964.

_____ *La semiología*, Buenos Aires: tiempo Contemporáneo, 1974.

_____ *La chambre claire*, Paris, 1980.

CASSETTI, Francisco. *Les yeux dans les yeux*, en *Communications*, N° 38, 1983.

CASSETTI - ODIN. De la paleo a la neo-televisión. Aproximación semio-pragmática. *Rev. Comunications*, N° 51, 1990

CHION, Michel. *La audiovisión. Introducción a un análisis conjunto de la imagen y el sonido*, Barcelona: Paidós, 1993

DELFINO, Silvia, comp., *La mirada oblicua. Estudios culturales y democracia*. Bs.As.: Ed. La marca, 1993.

ECO, Umberto y SEBEOK, Thomas. *Dupin, Holmes, Peirce. El signo de los tres*, Barcelona: Lumen, 1989

ECO, Umberto. *La estrategia de la ilusión*, Bs.As.: Lumen/De la flor, 1992.

FAUCONNIER, GILLES, *Espaces mentaux. Aspects de la construction du sens dans les langues naturelles*, Paris: Minuit, 1984.

GARCÍA JIMÉNEZ, Jesús. *Información audiovisual II. Los géneros*, Madrid: Paraninfo, 2000.

JAMESON, FREDRIC. (1995), Transformaciones de la imagen en la posmodernidad en *El giro cultural*, Bs.As.: Manantial, 1999.

JAY, Martin. *Vision and visuality 2*, Hal Foster: Ed. Seattle Bay Press, 1988.

_____. *Force fields, Downcast eyes. Denigration of the vision*. Ed. Routledge, 1992.

LACAN, Jacques. (1949) El estadio del espejo como formador de la función del yo tal como se nos revela en la experiencia psicoanalítica en *Escritos I*, Bs.As.: Siglo XXI, 1972.

LANDI, Oscar. *Devórame otra vez*, Bs.As.: Planeta, 1992.

MAIRAL, Pedro. *Una noche con Sabrina Love*, Bs.As.: Clarín-Aguilar, 1998.

MC. LUHAN, Marshal. *La comprensión de los medios como las extensiones del hombre*, México: Diana, 1969.

METZ, Cristian. *Communications N° 15*, Paris, 1970.

MOUCHON, Jean. La resistible decadencia del debate público en televisión, en *deSignis* N° 2, 2002 (en prensa).

ONG, Walter. *Oralità e scrittura*, Bologna: Il mulino, 1986.

PAULS, Alan. Tres aproximaciones al concepto de parodia. *Revista Lecturas Críticas. Revista de Investigación y Teoría Literaria*, año 1, n° 1, Buenos Aires, diciembre, 1980.

SARLO, Beatriz. *Escenas de la vida posmoderna*, Bs. As. Ariel, 1994.

VERÓN, Eliseo, Corps signifiant, en *Sexualité et pouvoir*, Paris: Payot, 1976.

_____. *Está ahí, lo veo, me habla*, Paris, *Communications* N° 38, 1983.

_____. *Construir l'événement. Les médias et l'éclosion de Three Mile Island*, Paris: Centre Georges Pompidou, Bibliothèque Publique d'information 1984.

_____. El living y sus dobles: arquitecturas de la pantalla chica, Paris: Séminaire RATP. Université. Recherche, *Temps Libre*, N° 11; 1985.

_____ *Cuerpo y metacuerpo en la democracia audiovisual*, París: Apres, 1987.

_____ *La sémosis sociale*, París: Presses Universitaires de Vincennes, 1988

_____ (1989) *Interfaces. Notas acerca de la democracia audiovisual avanzada*, París: Hermes *El nuevo espacio público*, Barcelona: Gedisa, 1992.

_____ *De la imagen semiológica a las discursividades. El tiempo de una foto*, París: Hermes, N° 13/14 1994.

_____ *Mediatización de lo político*, en *Comunicación y política*, Gauthier, Gilles, Gosselin, André y Mouchon, Jean, comp. Bs.As: Gedisa, 1998

_____ *Esto no es un libro*, Barcelona: Gedisa, 1999.

_____ *Ni realidad ni ficción. A propósito de Expedición Robinson*, *Clarín Digital*, diciembre de 2000 y en Gedisa, 2002.

_____ *El cuerpo de las imágenes*, Bs.As: Norma, 2001.

_____ *Efectos de agenda II. Espacios Mentales*, Barcelona: Gedisa, 2002.

WOLTON, Dominique. *Elogio del gran público. Una teoría crítica de la televisión*, Barcelona: Gedisa, 1995.

_____ *Las contradicciones de la comunicación política*, en *Comunicación y política*, Gauthier, Gilles, Gosselin, André y Mouchon, Jean, comp. Bs.As: Gedisa, 1998.

AA.VV., Manifiesto contra la telebasura, Voces y culturas. *Revista de comunicación N° 13*, 1998.

Notas

1 Este artículo es parte de mi Tesis de Maestría que dirige el Dr. Eliseo Verón (Comunicación y Cultura, Ciencias Sociales, UBA).

2 Vale aclarar que en su reedición en Bs.As., Norma, 2001 (*El cuerpo de las imágenes*), esta distinción es suprimida.

3 El sentido del tacto ya era destacado por McLuhan (1969) como primordial en la recepción televisiva, ampliando sus alcances y definiéndolo como "juego (o acción) recíproco de los sentidos más bien que contacto aislado de la piel y un objeto" en *La televisión*

- 4 Gregory Bateson, teórico representante de la corriente de pensamiento conocida como Escuela de Palo Alto, abocada a los estudios del comportamiento humano. Conjuga antropología y cibernética en el análisis de las formas complementarias de interacción.
- 5 El filme *Quiz show* expone precisamente ese proceso que va de un momento a otro, deteniéndose tanto en las estrategias de producción televisiva, en los efectos en las audiencias y en las características del producto desde una perspectiva bastante incisiva y crítica. Recordemos simplemente que, como un guiño, el nombre del personaje que hace el rol de juez es, nada menos que, Frankfurter.
- 6 Algo similar sucedía en el ámbito del cine. Refiriéndose al grupo conocido en los años '50 como *cinéma vérité*, que marcó, de alguna manera el rumbo de los primeros informativos, Jesús García Jiménez (2000:5) afirma lo siguiente: "Entre los postulados del *cinéma vérité*, figuran el deseo de garantizar la "verdad total" de la realidad filmada, simplemente porque la cámara y el magnetófono, cada día más fáciles de ocultar, más livianos y más perfeccionados, permiten registrar, dar validez y dotar de sentido al documento, sin necesidad de la mediación electiva, constructiva y estilística de un autor"
- 7 La anécdota que relata Eco acerca de los caballos de la corte londinense, que durante una semana debieron ingerir cierto tipo de alimentos para que su estiércol armonizara en la televisión del Royal wedding, con los colores pastel de los vestidos femeninos, es elocuente. Ver Eco (1983 - "TV, la transparencia perdida") en *La estrategia de la ilusión*, (Eco, 1992:216-18)
- 8 Ya en *El living y sus dobles: arquitecturas de la pantalla chica*, en relación con la ubicación de la cámara, Verón (1985) se refería al espacio generado por este dispositivo como "espacio umbilical"
- 9 El concepto de espacios mentales proviene de la teoría lingüística-pragmática cognitiva y fue formulado inicialmente por Gilles Fauconnier y consiste en "una construcción mental permanente, relativamente abstracta de espacios, de elementos, de roles y de relaciones en el interior de esos espacios, de correspondencias entre ellas, de estrategias para construirlos a partir de indicios tanto gramaticales como pragmáticos" Fauconnier (1984).
- 10 La táctica del zapping comienza a mostrarse como una práctica social de primera línea desde el momento en que la literatura e incluso el ensayo, tal es el caso de Sarlo, lo utilizan no sólo como tema sino como procedimiento narrativo. La novela de Pedro Mairal, *Una noche con Sabrina Love*, se abre, en su primera página con la transcripción literal de un zapping. La novela puede leerse como un diagnóstico de la sociedad, si la confrontamos con *El juguete rabioso*, en la medida que en 1926, para el pícaro, el ritual de iniciación se daba a través del robo de libros pero a fines del siglo XX, el pícaro, lo que se roba no son libros sino televisores y en lo que se inicia, gracias a la TV, es en el sexo.
- 11 "El término "telebasura" viene dando nombre, desde la pasada década, a una forma de hacer televisión caracterizada por explotar el morbo, el sensacionalismo y el escándalo como palancas de atracción de la audiencia". Manifiesto contra la telebasura, AUC,CAVE,CEAPA, CC.OO., UCE, UGT. Madrid, noviembre de 1997 EN *Voces y culturas. Revista de comunicación. Nº 13*, 1998
- 12 Obsérvese que esa misma ausencia de una totalidad de sentido era la misma crítica que Lukacs le había hecho tanto al naturalismo como a las expresiones de la Vanguardia.
- 13 Paris, Les editions de minuit, 1990, en Silvia Delfino, comp., *La mirada oblicua. Estudios culturales y democracia*. Ed. La marca, Bs.As. 1993

- 14 Excepto si, retomando la anécdota de Eco, consideramos que la bosta puede estar revestido de cierta belleza, si se la sabe combinar con el color del vestido de la reina.
- 15 Casetti y Odin, 1990, también habían analizado las transformaciones de dispositivo y cómo estas llevan a un reposicionamiento del consumidor en el proceso que va de la paleo a la neo-televisión. Observan en esta última, una marcada reproducción del espacio de la vida cotidiana; una reproducción del tiempo (desayuno, almuerzo y sexo), temáticas caracterizadas por la banalidad. En *De la paleo a la neo-televisión. Aproximación semio-pragmática*. Rev. *Communications*, N° 51