



Reflexiones sobre el texto televisivo

Elizabeth Bastos Duarte

Universidade do Vale do Rio dos Sinos

1. PREÁMBULO

Es indiscutible la importancia de la televisión en la comunicación contemporánea, por ello es inevitable el contacto permanente con los productos televisivos. Por eso, tanto a los apocalípticos como a los integrados sólo resta analizarlos e interpretarlos, esto es, enfrentar las innumerables dificultades que esa tarea implica, pues el aparato teórico y metodológico de que se dispone se muestra muchas veces insuficiente e inadecuado a la complejidad e hibridación que caracterizan al texto televisivo. Y enfrentar ese desafío, pienso yo -a diferencia de estudios que se concentran en la investigación de los medios apenas como conductores de flujos de contenidos de diferentes órdenes o que ven los medios como meros lenguajes, cuya gramática intentan comprender- es tener presente, en primer lugar, que no se puede analizar cualquier producto mediático independientemente de su relación con

————— 150 —————

el proceso que lo engendra y constituye, cuyas características particulares tienen repercusiones en sus contenidos y lenguajes.

Por procesos mediáticos, entiendo la comunicación humana mediada por los medios de comunicación de masa, los *media*, constituyéndose ese proceso de instancias productoras y receptoras, con los respectivos sujetos envueltos en contextos amplios y restrictos que los informan; los propios medios empleados en la producción y

circulación de los mensajes; los productos mediáticos frutos de ese proceso; y la compleja relación entre los diferentes lenguajes empleados en la manifestación de tales productos. En el caso de la televisión, ese proceso fue ganando, a lo largo de los años, contornos bien definidos, que, de cierta forma, apuntan hacia la multiplicidad de aspectos y áreas de conocimientos envueltos, lo que dificulta muchas veces el establecimiento de los límites necesarios para la ordenación de cualquier pensamiento sistemático. Es necesario, pues, reportarse a una cuestión fundadora: los procesos mediáticos, tal como son aquí concebidos, no tienen autonomía y están al amparo de un área más amplia -la Comunicación Social-, que, no obstante, pasó a proponerse como área de conocimiento por la importancia que tales procesos fueron asumiendo en el mundo contemporáneo. De esa forma, los aspectos históricos, sociológicos, psicológicos, políticos y económicos actualizados *por* en esos procesos, como aquéllos vinculados a las teorías y metodologías que permiten analizarlos, sólo pueden ubicarse en un espacio de carácter complementario o instrumental, una vez que se encuentran sobre la rúbrica de la comunicación.

No obstante, si no se pueden comprender los procesos mediáticos apenas a partir del estudio de los medios, así como de su producción y recepción, es porque su conocimiento exige movimientos en diferentes direcciones: (1) hacia los modelos teóricos de comprensión de los procesos comunicativos en los cuales se incluyen; (2) hacia el contexto de grandes transformaciones ocurridas en este siglo, de las que ellos mismos forman parte, igualmente responsables por los sentidos que producen; (3) hacia la busca de metodologías que puedan servir de instrumento seguro para su análisis. Pero, ¿cómo articular esos movimientos en diferentes direcciones?

Respecto al primer y tercer puntos -modelos teóricos de comprensión de los procesos comunicativos mediáticos y metodologías de análisis-, es visible hoy la intensa búsqueda de nuevos paradigmas científicos, capaces de estudiar a los enormes desafíos a los que están sometidas las diferentes áreas de las ciencias humanas ante la influencia de los *media*,

frente a las transformaciones sociales y culturales en su nombre ocurridas mediante la rapidez con que la ciencia viene traduciendo el contexto tecnológico. Pero si es verdad que el campo de actuación de la comunicación viene exigiendo constantes redimensionamientos, también lo es el hecho de que las pesquisas y estudios que sustentarían la estructuración de los conocimientos sobre los procesos mediáticos no han alcanzado la velocidad de las transformaciones, la diversidad de intereses y el desarrollo tecnológico que caracterizan el área.

La historia contemporánea se desarrolla a un ritmo acelerado y las renovaciones tecnológicas tienen su contrapartida en el mundo económico, político y social, ocasionando transformaciones profundas en el modo de vivir y pensar, producir y reproducir conocimientos. La comunicación es un área en constitución; no tiene textos «fundadores». Por el carácter interdisciplinar de su objeto de estudio, viene estructurándose en la apropiación de conceptos y metodologías de otras ciencias, lo cual, muchas veces, descontextualiza la construcción de sus propios modelos. En ese transcurso de apropiación, tal vez fuese más productivo, en lugar de la utilización de

textos y modelos revisados, retomar a las fuentes y hacer sus propias revisiones, adecuadas a las intenciones de la investigación y a las imposiciones del objeto de estudio. Por eso, se cree en la necesidad de reexamen y rearticulación de los modelos teóricos existentes y de construcción de contramodelos. Mas, la simple transgresión, que siempre tuvo fuerza estratégica, hoy, ante la consideración de que todas las estructuras tradicionales «caducaron», perdió mucho de su eficacia. Es por eso que parece más lógico, al contrario de celebrar la superación de paradigmas, buscar nuevas conexiones entre ellos y emprender nuevos mapas culturales; en lugar de hacer fetiche de las teorías, abordar objetos diferentes con instrumentos diferentes, adecuados a su diversidad.

Sobre el segundo punto, el contexto de grandes transformaciones llegadas con el desarrollo y efervescencia de los procesos mediáticos, cabe hacerse sobre él algunas reflexiones. Innumerables científicos de lo social vienen trabajando sobre la cuestión. Los hay que ven luces en el fondo del túnel -Lyotard, Maffesoli- y otros que son más severos en su prospección -Baudrillard, Jameson-.

Es innegable que el mundo contemporáneo vive una fuerte tendencia a la globalización económica, sustentada en gran parte por el poder de penetración de los media. La operacionalización de la ciencia, la distancia cada vez menor entre ciencia y tecnología, la rapidez con que la ciencia se transforma en el contexto tecnológico incentivan y justifican

que grandes decisiones sobre el desarrollo científico queden restringidas a unos pocos especialistas y corporaciones, pues la descentralización producida por las nuevas tecnologías nada está haciendo contra la concentración de poder y capital. La globalización económica, propuesta desde la visión de un sistema capitalista mundial, hoy se distancia de la mera rivalidad entre potencias coloniales, teniendo como características empresas transnacionales, nueva división internacional del trabajo, nueva dinámica vertiginosa de las transacciones bancarias y de las bolsas de valores, nuevas formas de inter-relación de los *media*, computadores, automatización, etc., buscando, naturalmente, los máximos lucros y la exclusión de la diversidad en favor de una esencia totalitaria: su lógica es mercantilista.

La televisión y los fenómenos que se representan en su medio, así como el orden lógico, formal, emocional o moral que encierran, se articulan en un universo propio cerrado en sí mismo e enteramente consistente. Se trata de un mundo industrialmente construido, mundo-mercancía, como cualquier otro producto acabado y ofrecido al mercado global. Para muchos, la dimensión fundamental de esa construcción mediática de la realidad no reside en su carácter instrumental, extensivo de los sentidos y de la experiencia, ni en su capacidad manipuladora condicionante de la conciencia, sino en su valor ontológico, de principio generador de lo real. De cualquier forma, es casi imposible imaginar, en la sociedad contemporánea, sistemas de representación de la realidad que no se elaboren o construyan, si no en la dependencia, al menos en la interacción con los sistemas de representación de los *media*.

Y aquí reaparece la fuerza de los *media*: el nuevo espacio público se define hoy como un marco mediático, gracias al cual los dispositivos institucionales y tecnológicos propios de las sociedades post-industriales son capaces de presentar a un público los múltiples aspectos de la vida social. Tal comunicación es *intra einter* social: el espacio público aparece como medio por el cual la humanidad se entrega a sí misma como espectáculo. Es la *publicización* de lo privado.

Por otro lado, si lo que se mundializa, en primer lugar, es el mercado, la promiscuidad de los cambios y de los productos, el flujo perpetuo de dinero; culturalmente, esa difusión mundial de todo, acaba con la diferencia entre *global* y *universal*. Entre globalización y universalidad debería haber, en principio, haber autonomía, ya que la globalización se refiere al mercado, a la información, y la universalidad, a los valores, a los derechos humanos, a la cultura. Mas

————— 153 —————

si la mundialización parece irreversible, lo universal estaría en vías de extinción: «Toda cultura que se univervaliza pierde su singularidad y agoniza», según Baudrillard (1997: 127).

Evidentemente, como se habla de devenir, es posible que, en esos fragmentos de universalidad, las singularidades reaparezcan y que, en esas estructuras de globalización, lo local pase a tener un lugar. Las resistencias sociales y políticas más fuertes frente a la globalización tal vez sean un rechazo arcaico a la modernidad, pero un movimiento original de desafío a la dominación de lo universal. Las singularidades - lengua, cultura, individuos, caracteres, aliados al acaso, al accidente, delante de una mundialización triunfante que anula todas las diferencias y valores, inaugurando «una cultura perfectamente diferente» (Baudrillard, 1997: 137),- pueden volverse otra vez salvajes y entregadas a sí mismas. Sería nuevamente un tiempo de sujetos y objetos, tal vez promovido suicidamente por procesos de diversificación de los mercados.

2. CONSIDERACIONES SOBRE EL TEXTO TELEVISIVO

Se considera texto al producto material del proceso de producción de significación, el discurso. El texto es, pues, el producto de la semiosis; esto es, de la función contraída entre expresión y contenido, pudiendo utilizarse las más diversas substancias para su expresión.

Mas el proceso de producción de significación no se manifiesta por sí solo. No son las cosas que se dicen lo que significa. Fuera de la relación con el espíritu, con los sujetos, ellas permanecen enteramente mudas. Mientras en la enunciación se establece una relación transitiva entre el sujeto productor, cosa producida y el receptor, el texto, como el lugar donde el discurso se manifiesta, es la única realidad palpable.

Ocurre, como ya se anunció anteriormente, que no se puede analizar la producción televisiva, los textos-programas, independientemente del proceso mediático que la

constituye. El proceso mediático televisivo es el contexto de la producción del texto televisivo: no es parte texto, pero lo acompaña, constituyéndose en su textualidad. Y es esa textualidad la que produce conocimiento sobre los sentidos del texto, permitiendo su lectura. Las textualidades son, pues, estructuras de significado. Para

————— 154 —————

cada texto hay muchas textualidades, una vez que ellas no están predefinidas. Por eso, dependiendo de lo que se pretende analizar en un texto, es posible convocar lo que forma parte de su textualidad.

La instancia enunciativa, contexto de producción de textos televisivos, tiene características bien marcadas, suponiendo enunciadores-productores y enunciatarios-espectadores: un texto amplio de orden social y cultural; un contexto restringido que dé cuenta de aquel acto específico de producción y un contexto que relacione el texto con el tipo de televisión, el canal, la programación en general, el género del programa, etc.

La televisión incorporó una serie de géneros narrativos de carácter dramático, cómico, produciendo la información y el entretenimiento. Ahí están las mesas redondas, magazines, informativos, concursos, etc.

Esos distintos programas-textos pueden ser considerados como estructuras autónomas, unificadas por una estructura mayor que las sobredetermina: la programación.

La estructura de programación opera por neutralización, unificando diferencias de forma que somete a los programas a un denominador común que permite su inclusión en la programación. Es precisamente esa conversión, gracias a la neutralización, la que permite la integración coherente de la multiplicidad fragmentaria del discurso televisivo.

El contenido de los textos televisivos se expresa simultáneamente a través de diferentes lenguajes. De un lado, está la plástica de la imagen -estilo de escenario, vestuario, maquillaje, iluminación, encuadramiento y, también, modo de interpretación-. De otro, corte de escenas, planos, montajes y edición: yuxtaposición de escenas en movimiento, la segunda anulando la primera al sucederla. Montaje y edición se dan, según los puntos de vista propuestos, y se justifican por la geografía de la acción y por el deslocamiento del interés dramático. Hay además elementos sonoros (verbales, musicales). Todos esos elementos se estructuran dependiendo del modo de contar las narraciones, adecuándose a las estrategias discursivas y mecanismos expresivos, seleccionados y apropiados al medio empleado. Hay todo un arsenal de procedimientos para imponer al telespectador su interpretación del acontecimiento representado. Desde esta perspectiva, analizar un texto televisivo es, pues, situarlo en un contexto: la historia de las formas mediáticas televisivas.

————— 155 —————

Por otro lado, hoy se discute también el modo cómo los mensajes, transmitidos directamente por la televisión, son recibidos. En la comunicación televisiva se establece un contrato entre los sujetos que participan del evento. El receptor no debe ser considerado como un ser amorfo y pasivo, cuya mirada puede llenarse con cualquier visión; los mensajes no producen homologaciones incoloras. La capacidad de descodificación del espectador globalizado acentúa un juego semiótico de interpretaciones: un mismo texto mediático puede ser leído e interpretado de modos diversos en los diferentes contextos socio-culturales. De esa forma, la comunicación no es concebida como un recorrido de mano única -del emisor al receptor-, sino que cada vez más es comprendida como bidireccional e interactiva.

Pautada por la velocidad, la producción televisiva está inserta en los principios que rigen la producción de mercancías en general: ofrecer nuevas series de productos que se presentan como *novedades*. La aceleración e importancia del tiempo, la desaparición del sujeto individual en las dos puntas del proceso comunicativo dotan a ese tipo de producción de una especie de achatamiento, de una falta de profundidad. Contaminada por la asimilación del falso brillo de las imágenes publicitarias, ella se estructura en una nueva especie de superfacilidad cuyo rasgo más característico tal vez sea el desvanecimiento del afecto. Euforia, profusión, movilidad, intentan compensar el vacío y la efimeridad de los movimientos del pensamiento se corresponde con la imprecisión de la gramática, de los «léxicos» aleatorios, de las sintaxis fragmentadas.

Parece incontestable que los modos de comprender y decir televisivos buscan formas que sustituyan la integridad de la globalidad. Así, se deshace la idea, durante mucho tiempo evidente, de la unidad de la cultura y se refuerza un pluralismo que justificaría la célebre declaración de Lyotard sobre el fin de las grandes narrativas: más allá del contenido de las ideologías, es la propia concepción narrativa de la experiencia humana la que está en discusión.

Son textos que se construyen como flujos resistentes al significado, superponiendo planos e imágenes en velocidades distintas, combinadas con la exclusión de temas centrales y con la incesante rotación de los elementos de forma aleatoria, por lo menos aparentemente, lo que dificulta muchas veces su percepción como cualquier cosa que sea una suma de fragmentos cuya dimensión es cada vez más exigua. La densidad de las imágenes, la sobrecarga de informaciones, la intertextualidad hecha de referencias, alusiones, apropiaciones, el desdoblamiento del tiempo en una serie de presentes perpetuos y en secuencias de duración

desigual comprometen la propia noción de texto como un todo estructurado de sentido. Se tiene la impresión de que la tensión que relaciona sistema y proceso cambió su punto de equilibrio, como si la muerte del sistema, virtualidad prevista por la propia dinámica de la función contraída entre sistema y proceso, se viniera constituyendo en una de las selecciones privilegiadas por el sistema.

Pero si esa tendencia hoy es significativa, eso no quiere decir que ella agote el campo de producción televisiva. Se trata de una tendencia que no resume la producción general, garantizando virtualmente, debido a sus definiciones selectivas, la coexistencia

de formas residuales o emergentes. Se puede decir, no obstante, que ese tipo de producción es el primer estilo literalmente global. Y tal estilo apunta hacia una ruptura en el modo de decir contemporáneo, instaurando nuevas estrategias de discursividad y textualización.

En qué nivel de profundidad tal ruptura se opera y hasta que punto compromete la validez del modelo descriptivo (de inspiración semiolingüística) de los procesos de producción del sentido y significación es lo que sería interesante investigar.

Si pensamos en el concepto de narratividad tan bien estructurado y generalizado por la teoría greimasiana, en la línea de Propp, LéviStrauss o Dumezil, vemos que éste tiene un carácter lógico-sintáctico-semántico. Los recorridos narrativos son una armazón cultural de lectura del mundo, manteniendo entre sí una relación de presuposición e implicación: hay coherencia entre cualificación, acción y sanción, pautadas por una lógica que se dice de causas y consecuencias, de los medios y fines, etc. Y es esa lógica la que está en discusión en los textos con los que establecemos contacto diariamente, divulgados por los *media*, cuya conformación, bastante peculiar, persigue lo indefinido, lo ambiguo, lo indistinto, dejando a la recepción la tarea de llenar la laguna, de ajustar los sentidos. Ante tanta diversidad, que aparentemente todo lo homogeniza, se puede pensar en la pulverización de cualquier estructura lógica. Pero el declive de una cierta forma de racionalidad, sin duda, no puede tener como consecuencia la muerte de la racionalidad; apenas significa la busca de otras formas diferentes de racionalidad, más adecuadas a lo contemporáneo.

El proceso discursivo que, según Greimas, es la estructura más superficial del recorrido de producción de los sentidos de contenido, implica una serie de elecciones - selecciones y combinaciones- operadas por el enunciador, concernientes al modo de cómo se pretende organizar lo

que se dice en cualquier lenguaje (procesos de figurativización, actorialización, temporalización, espacialización, objetivación/sujetivación, veridicción, etc.), tomando en cuenta valores culturales, intención comunicativa, medios empleados para la difusión de mensajes y lenguajes privilegiados para su manifestación.

La instancia de enunciación es el lugar de generación del discurso, desencadenando una serie de operaciones selectivas que eligen, entre las combinatorias de unidades discursivas virtuales, las que están en condiciones de producir los efectos de sentido deseados. Ese conjunto de deliberaciones tomadas por el enunciador recibe el nombre de *discursivización* (actualización de las elecciones frente al repertorio de posibilidades estratégicas discursivas).

El término estrategia, usado en los contextos de la guerra y del juego, interesa considerarlo aquí en el sentido de que todo acto comunicativo es una confrontación de querer y poderes que se someten al principio de la eficacia. El lenguaje televisivo es un lenguaje en construcción. Aunque sea posible establecer los contornos de su gramática, interesa más registrar sus transformaciones en acto, que muchas veces rompen el sistema, que las del propio sistema. Esta noción de estrategia es contraria al

punto de vista objetivista y determinista del sistema, pues ella pertenece al orden práctico del uso, no implicando la obediencia mecánica a la regla explícita codificada. Nada simultáneamente más libre y forzado que la acción de un buen estratega. Espacio de libertad, de la voluntad, la estrategia dice Greimas, es simultáneamente (1) el conocimiento de las reglas para la elaboración de un programa de acción -selecciones, combinaciones, rupturas- que conduzcan al éxito; (2) una competencia interpretativa del interlocutor, permitiendo al sujeto ir de los actos a para construir una representación global de su ser, su querer y su posible hacer; (3) una competencia manipuladora con el objetivo de que el interlocutor haga lo asignado en provecho del programa de acción por él establecido.

Reconocer en los textos la existencia de estrategias discursivas, elaborar conceptos pertinentes para su análisis, detectar la orientación persuasiva del discurso televisivo, situar a los espectadores como capaces de contextualizar la actividad de los medios, es el recorrido que aquí se intenta emprender.

Proyectada esa noción de estrategia en el ámbito de la producción televisiva - comunicación y mercancía para ser consumida por millones de

espectadores- podemos imaginar cuánto puede ser elaborada, calculada, para responder a las necesidades de economía de tiempo (*time is money*), de la producción y de las aspiraciones de novedad de los espectadores. En ese caso, en principio, lo que está en juego es *convencer* en todos los sentidos que ese término pueda tener, esto es, vencer el desafío y obligar al espectador a compartir la victoria, pues cualquier derrota en ese campo significaría un perjuicio de millones. Hay un trabajo creativo de estrategia en cada programa televisivo. Se trata de un proyecto concreto que responde a determinados criterios de selección e importancia correspondiendo a las decisiones tomadas en el contexto de la producción. Ese proyecto es responsable también por elegir los mecanismos de expresión adecuados a la manifestación de los contenidos deseados.

Los mecanismos expresivos son los arreglos de la forma de la expresión, cuya disposición se somete a las reglas (sintácticas) de combinación de elementos, seleccionados por el (los) enunciador(es) dentro de un repertorio de posibilidades virtuales, para manifestar una determinada estrategia discursiva.

Se afirma que, no obstante tantas transformaciones, en un nivel profundo, fundamentalmente, la organización de los contenidos de los textos obedece a regularidades. Pero no son tales regularidades las que caracterizan al texto televisivo. Si cualquier discontinuidad se funda en dos amplios y rudos principios -la identidad y la diferencia- no será buscando lo que identifica cualquier texto televisivo lo que conseguirá caracterizar al mismo. La originalidad, la creatividad, las nuevas formas de racionalidad se instalan precisamente en su estructuración discursiva, huyendo del lugar común por la proposición de nuevas estrategias discursivas o por la generación de formas expresivas inaugurales, inesperadas.

Pero la televisión, al mismo tiempo que busca desesperadamente lo nuevo, se apropia ambiciosamente de él, disciplinándolo, domándolo por la repetición y

banalización. Por eso, son hoy estrategias bastante comunes, empleadas en la construcción del texto televisivo, la repetición, la descentralización, el exceso, la metamorfosis, la fragmentación, etc. (Calabrese, 1987).

Como productos del desarrollo tecnológico, aliados a la velocidad con que hoy ocurren las transformaciones, los textos televisivos se construyen fundados en la estrategia de la repetición, réplicas como estandarizaciones o continuidades. Esa repetición puede ser de los temas, de

las estructuras discursivas de los mecanismos expresivos (escenarios, ambientes, formas de tratamiento de espacio y del tiempo).

Otra estrategia empleada en ese tipo de textualidad es la ausencia de límites precisos, la mezcla de géneros, la condensación de todo en un gran pastiche, parodia vacía, sin ímpetu satírico. Cuando esa ausencia de límites se traduce en exceso, es desestabilizadora. Pero, de modo general, la excentricidad y la descentralización son movimientos de pulsión que transfieren el centro organizador del sistema hacia sus márgenes, hacia la periferia, sin amenazar la regularidad.

Otra estrategia es la de privilegiar la parte sobre el todo: el elemento sobre el conjunto, el fragmento sobre la secuencia, sobre lo entero, el detalle y el pormenor sobre lo que ya fue «tallado», configurando esos «recortes», como partes de un sistema que entonces puede ser recuperado como un nuevo sistema de menores dimensiones.

El texto televisivo ha sido fragmentado en bloques, debido a los anuncios comerciales. Esa fragmentación hoy inherente al propio formato de muchos productos televisivos, introduce el efecto de *zapping* en el interior del propio texto televisivo. Forma de captura del interés del telespectador, al mismo tiempo, que delega en él la función de ordenación de esos fragmentos, de montaje de un verdadero rompecabezas.

Las citas y apropiaciones son otras estrategias empleadas por la textualidad mediática. Ambas confirman el proceso de disolución del sujeto y entierran definitivamente el principio de la autoría. Esas intertextualidades son identificables y especificables. Se localizan, al mismo tiempo, dentro y fuera de los textos.

Hay hoy todavía una estrategia discursiva que viene siendo muy utilizada en la producción televisiva. Es la pretendida exhibición de su proceso de producción. Se trata de construir en el interior del textoprograma su enunciación-enunciado, como si el texto ofreciese directamente al lector su textualidad y con eso pudiera controlar su lectura. De verdad, como todo proceso sígnico, lo que esa estrategia construye son apenas efectos de «aquí y ahora», de «en vivo», una vez que todos esos programas son pre-grabados y cuidadosamente editados.

Ese escenario que alía estrategias discursivas al empleo de nuevos mecanismos expresivos, combinando la rotación incesante de los elementos, las técnicas de desdoblamiento del tiempo en series de presentes perpetuos, la utilización de secuencias

de tiempo desigual, la superposición de planos e imágenes en velocidad distinta, apunta hacia

esa ruptura en el modo de «decir» contemporáneo, que, sin duda, es sustentada por la proposición de nuevas estrategias discursivas y mecanismos expresivos, en la mayoría de casos, productos de los recursos y restricciones propios de los *media* difusores de un determinado tipo de mensaje. Es en esa perspectiva en la que los *media* pasan a ser considerados lenguajes que sobredeterminan los límites del texto. Esos procedimientos expresivos acaban, no obstante, por ser transpuestos de un tipo de lenguaje a otro, contaminando los tipos de textos. Tenemos, entonces, textos fílmicos o fotográficos, empleando mecanismos expresivos de vídeo, o textos verbales o comics que pasan a utilizar técnicas cinematográficas y así por el estilo.

3. CONSIDERACIONES FINALES

La utilización y consumo exagerado de estrategias discursivas y mecanismos expresivos vuelven ortodoxos e inexorables los procesos y acaban por transformar aquello que inicialmente era una proposición creativa e inaugural en prototipo, estereotipo, cristalización, esto es, en regla del sistema. No obstante, la producción televisiva y videográfica alternativa y experimental se encarga de abastecer esporádicamente las necesidades de novedades de las televisiones comerciales.

Se puede comprender, a partir de tales consideraciones, por qué el análisis de los textos televisivos no es tarea simple. Los textos no son sólo complejos, esto es, se construyen de forma intersemiótica, utilizándose diferentes lenguajes en interacción, sino que, también, son híbridos, pues hay, sin duda, interferencias y sobredeterminación de los *media* en la propia estructuración de esos lenguajes, que, si de un lado, ganan especificidad, dependiendo del dispositivo mediático difusor del mensaje, de otro, se contaminan por las transposiciones de mecanismos empleados en textos vinculados por diferentes *media*. De esa forma, cada uno de esos lenguajes está en permanente construcción, debido no solamente a la contribución de las nuevas tecnologías y a la creatividad de artistas y de especialistas del medio, sino también a la importación de mecanismos expresivos de un tipo de lenguaje mediático a otro, teniendo presente que hay procesos de apropiación que transforman esos mecanismos en recurso retórico. Tal configuración, justificaría la posición defendida por aquéllos que juzgan todos los textos mediáticos, independientemente

del medio que los transmite, como pertenecientes a un mismo y único conjunto.

Ciertamente, ese flujo veloz, que caracteriza a la producción televisiva, impone consecuencias metodológicas significativas en el análisis de esos productos. La noción

de texto se amplía, comprendiendo el proceso que lo engendra como un todo; además de eso, está la consideración de textos de varios tipos, superpuestos unos a los otros por medio de varios tipos de intertextualidades, de sucesiones de fragmentos, relacionados en pura procesualidad, que impiden la determinación de los límites precisos de lo que es interior o exterior al texto, ya que de ese proceso forman parte instancias de producción y recepción, contornos de carácter social, cultural e ideológico.

De ahí, el interés de investigar las condiciones de su uso, de su trayectoria en los circuitos de sentido, de su reinserción en las redes de sociabilidad. Véanse, por ejemplo, las innovaciones tecnológicas en el área de la imagen que permean la trama de agenciamientos articuladores -en un estado y momento social- de sujetos, figuras y mundos posibles. En esa trama, se pueden reconocer tendencias de permanencias, de suspensión, de reversión y de transformación de las relaciones sociales, de los presupuestos institucionales, de las expectativas sociales.

A manera de conclusiones, se propone que el análisis de los textos televisivos

(1) parta de una ampliación de la noción de texto y que se contemple en esa textualidad el proceso de producción que lo conforma;

(2) considere el papel interactivo del telespectador en ese tipo de producción, una vez que el texto televisivo reserva ostensivamente espacios y tareas para el interlocutor en la producción de los sentidos;

(3) reserve un papel preponderante a los estudios de los medios como lenguajes que sobredeterminan otros lenguajes visuales, verbales, musicales;

(4) relacione el producto analizado con otros del mismo género, producidos por el mismo o por otros medios, verificando los procesos de apropiación y contaminación intermediáticos debido a la hibridación de los textos;

————— 162 —————

(5) se centre en el examen de las estrategias discursivas/mecanismos expresivos que se han empleado en la construcción de productos mediáticos, pues pueden dar cuenta de la comunicación en acto, viva y eficaz.

Referencias bibliográficas

AUMONT, Jacques (1996). *A quoi pensent les films*. Paris: Séguier.

BAUDRILLARD, Jean (1997). *Tela total. Mito-ironias da era do virtual e da imagem*. Porto Alegre: Sulina.

- BOURDIEU, Pierre (1990). «Das regras às estratégias». En *Coisas ditas*. São Paulo: Brasiliense.
- CALABRESE, Omar (s.d.). *A idade neobarroca*. Lisboa: Edições 70.
- CANEVACCI, Massimo (1996). *Sincretismos. Uma exploração das hibridações culturais*. São Paulo: Studio Nobel.
- FABBRI, Paolo (1996). «Modelos para un análisis pragmático». En *Tácticas de los signos*. Barcelona: Gedisa.
- GREIMAS, A. J. (1980). «A propos du jeu». *Actes Sémiotiques-documents*, 11, 13, Paris.
- JAMESON, Fredric (1996). *Pós-modernismo. A lógica cultural do capitalismo tardio*. São Paulo: Ática.
- LANDOWSKI, Eric (1992). «Explorações estratégicas». En *A sociedade refletida*. São Paulo: PUCSP.
- LINGUAGENS (1997). Porto Alegre: ABS-RS, 2: out.
- OLALQUIAGA, Celeste (1998). *Megalópolis. Sensibilidades culturais contemporâneas*. São Paulo: Studio Nobel.
- SARLO, Beatriz (1997). *Cenas da vida pós-moderna. Intelectuais, arte e video-cultura na Argentina*. Rio de Janeiro: UFRJ. SILVERMAN, Hugh J. (1994). *Textualities. Between Hermeneutics and Deconstruction*. New York: Routledge.
- SUBIRATS, Eduardo (1989). *A cultura como espetáculo*. São Paulo: Nobel.
- ZUNZUNEGUI, Santos (1998). *Pensar la imagen*. Bilbao: Universidad del País Vasco.

2010 - Reservados todos los derechos

Permitido el uso sin fines comerciales

Súmesese como [voluntario](#) o [donante](#) , para promover el crecimiento y la difusión de la [Biblioteca Virtual Universal](#) www.biblioteca.org.ar

Si se advierte algún tipo de error, o desea realizar alguna sugerencia le solicitamos visite el siguiente [enlace](#). www.biblioteca.org.ar/comentario

