

PENSAR LA TV EN EL CENTENARIO DE MACLUHAN: LOTO, MASA, ÁNGEL

FERNANDO VIDAL FERNÁNDEZ ¹

Fecha de recepción: diciembre de 2011

Fecha de aceptación y versión definitiva: febrero de 2012

RESUMEN: La TV es el principal objeto de consumo de la Postmodernidad y actualmente vive una edad de plata de alta calidad tanto en la innovación del medio como en la excelencia de los productos. La TV es una escultura escénica viva. El error es concebir la TV como pantalla y no como escenario. La TV crea un escenario de la estancia. Es teatral y es danza. La TV no pasa en la superficie de la pantalla sino que ocurre proyectada a tu estancia y tu cuerpo. La TV es intrusiva, irrumpe. Crea esculturas de luz. Tiene algo de solar o de hoguera, no es lunar. Nos hace lunares, nocturnos a los espectadores. La potencia de absorción que tiene la experiencia es mayor, es una escultura escénica cada vez más esférica, próxima a constituir una experiencia total que implique todos los sentidos y a implicar físicamente más al sujeto. Esto afecta al propio modo de pensar. La clave es la activación del sujeto: participar dentro de una escultura reflexiva. Quizás las palabras disciplina y televisión son extrañas compañeras, pero realmente existe una disciplina televisiva. A ver la TV también se aprende.

PALABRAS CLAVE: Television, MacLuhan, Mass media, Cultura popular.

Thinking TV on the Centenary of MacLuhan: Lotus, Mass, Angel

ABSTRACT: TV is the most important consuming object in the Postmodernity and currently TV is living a Silver Age with high quality for the innovation of the medium as the excellence of the TV products. TV is a scenic living sculpture. The mistake is conceiving TV like screen because it is stage. TV staging the stay. It is theatrical and it is dance. TV doesn't happen in the screen but it's happen projected on stays and bodies. It has something of solar and own of stake, not lunar. The power of absorption of the experience of TV is higher: it is a staging sculpture more and more spherical, close to establish a total experience which involves every sensory sense and involves more physically the subject. It affects the way of thinking. The key is the activation of the subject: to join into a reflexive sculpture. May be the words discipline and TV are strange relatives but there is a TV discipline: you can learn to watch TV.

KEY WORDS: Television, MacLuhan, Mass media, Popular culture

¹ Fernando Vidal Fernández (Vigo, 1967) es profesor de Sociología y Director del Instituto Universitario de la Familia de la Universidad Pontificia Comillas de Madrid. Correo electrónico: fvidal@upcomillas.es

Corresponde este texto a la conferencia pronunciada en las Jornadas de Filosofía de la Universidad Pontificia Comillas, celebradas en Madrid, el 3 de mayo de 2011, a las cuales tengo el gusto de ser invitado por el profesor Miguel García-Baró. Pienso este texto tras un fin de semana trepidante para la historia de la televisión, ya que han confluído la boda real de William & Kate en Londres, la beatificación de Juan Pablo II en Roma y el asesinato extrajudicial de Osama Bin Laden en Pakistán, además de ser arrojado su cuerpo a algún lugar del océano, hechos estos últimos grabados en vídeo y que verán la luz en un futuro próximo, ya que hasta ahora sólo ha sido televisado (en directo o, sarcásticamente, «en vivo») por los mandatarios de la Casa Blanca. Y esta noche, mientras nosotros pensamos juntos en esta conferencia sobre la televisión, se televisa una edición más del derbi Barça-Real Madrid. La TV tiende a ser una industria excepcionalizadora, haciendo incluso de la vida ordinaria un espectáculo.

1. LA TV, ICONO DEL SIGLO XX

La influencia de la TV es enorme: es el principal objeto de consumo de la Postmodernidad. Un niño español, cuando cumpla los quince años, habrá visto más de 12.000 horas de televisión, lo cual significa 6.000 películas de dos horas de duración o 24.000 capítulos de media hora de series televisivas. A los quince años un niño se habrá pasado en total 17 meses seguidos viendo día y noche televisión. En cambio, el 44% de los padres creen que sus hijos ven poco la televisión y el 6% creen que muy poco. El 45% de los niños declaran que sus padres nunca les aconsejan sobre los programas que ven en televisión.

De que la televisión (TV) se haya convertido en un fenómeno amplio, da cuenta el hecho de que no podamos abordar todo lo relativo a la televisión en una única jornada y, menos aún, en una conferencia sino que estemos obligados a elegir entre los distintos campos a los que sería relevante enfocar. La televisión ha pasado de ser un mueble del hogar a convertirse en una interfaz con parte importante de la vida ordinaria. Como sostenía el profesor Roger Silverstone, de la London School of Economics y autor de la teoría de las mediápolis, hemos pasado de la «Sociología de la televisión a la Sociología de las pantallas».

La TV es un icono imprescindible para explicar el intento de postmodernización de la civilización tras la II Guerra Mundial y que acabó teniendo como resultado una nueva ola de remodelización en la que la propia TV ha sido remodelizada. La TV de la Postmodernidad fácilmente parece objeto arqueológico dada la velocidad con que se ha desarrollado la tecnología. Nos

reta a tener que pensar si la TV es un fenómeno diferente al de las múltiples pantallas que nos encontramos o se disuelve en las mismas. La denostada TV del siglo xx aparece ahora como un entrañable objeto de apego característico de las familias nucleares de clase media. Pero pensar la televisión nos obliga a desapegarnos de la nostalgia por las viejas televisiones y discernir por dónde evoluciona la TV y qué hay en ella de forma de pensamiento. ¿Hay un modo televisivo de pensar? ¿Hay un modo televisivo de conocer y comunicar y es relevante para el mundo de hoy? ¿Es la TV algo del pasado? Pensar la TV hoy requiere mirarla en el conjunto de transformaciones tecnológicas de las TIC. ¿Es la TV un objeto arqueológico? ¿La informacionalización lo ha transformado radicalmente? ¿Qué papel juega la TV en el fenómeno de las TIC? ¿Es un objeto pasivo, secundario, complementario o principal? ¿No es la degeneración de contenidos de algunos canales el signo de la pérdida de relevancia de la TV? ¿No es el auge de la calidad de otros canales y medios un signo de por dónde madura como medio de significación?

Todos reconocemos que la TV ha tenido en el siglo xx un papel imprescindible en la creación de la ideología de clase media al crear un estándar imaginario de vida. Fue cooperadora necesaria en la globalización de la conciencia, la inmediatez de la relación con el planeta, el sentimiento de unión con los que hasta entonces estaban alejados, nos abrió la posibilidad de ponernos cara a cara con el rostro de los más lejanos vecinos del planeta. Potenció la opinión pública creando una arena en la que representar las distintas voces y unanimidades del estado de opinión. Cambió la relación entre todo el conjunto de una sociedad, que hasta ese momento se mantenía unida en virtud de su encarnación en cuerpo político en la calle. La masa manifestada en las vías públicas era la experiencia principal de societalidad hasta que la TV dotó de otra experiencia societal: la audiencia. Sin duda ha sido el más potente medio de fijación cultural del imaginario de la sociedad, si bien también ha sido sobreestimado. La TV acredita la relevancia social, no tiene tanto poder como para persuadir. Es un medio de representación, no tanto de persuasión. La influencia de la TV ha sido tal que se ha sobrevalorado su importancia y se le ha sobrerresponsabilizado. Los estudios de publicidad demuestran que anunciarse en TV familiariza con una marca, la capitaliza simbólicamente, la dota de popularidad, pero no es la estrategia comercial más persuasiva. La TV es el filtro para existir socialmente pero no es la criba para decantar.

2. TV: LA ESCULTURA DE MACLUHAN

Sobre la TV se ha pensado todo o, tal vez, lo más importante. Quisiera en esta conferencia desarrollar un comentario a una idea central del célebre

pensador Herbert Marshall McLuhan, de quien precisamente este año 2011 celebramos el centenario de su nacimiento en 1911 (fue en 1980). Sin duda, como en el libro Gutenberg o en los objetos técnicos, MacLuhan acertaba al sostener la sustancial idea de que el medio es mensaje. También en el caso de la televisión. Pero es su idea de la televisión como escultura la que atrae más nuestra atención. Efectivamente, para McLuhan, la televisión formaba una escultura de luz en la que el sujeto participaba. La escultura y la TV compartían la característica de ser «medios de significación fríos», que reclamaban el posicionamiento activo del sujeto respecto a ellos y no la mera recepción. Acompañados de MacLuhan, permítanme que piense la propia vivencia televisiva como forma de acercarnos al pensar de la televisión.

La TV es escultura aunque, en realidad, también el libro es escultura en el relieve que deja el grabado de los tipógrafos. Todos los textos tienen el tacto del Braille aunque no su escala. Ciertamente es una escultura estática, generalmente homogénea, a excepción de los maravillosos libros desplegables que al abrir las páginas nos muestran castillos, parajes, dragones o bailarinas. Los reproductores de sonido y la radio también son esculturas; quizás de modo más puro que la TV ya que no soporta la ilusión de ser un plano carente de espacio como el libro o la pantalla televisiva.

Pero hemos de afirmar que en la TV hay una aspiración y tendencia al grado cero de escultura, al espacio cero, a no ser relieve ni tan siquiera plano sino una interfaz acuosa, una superficie líquida, un plasma o ectoplasma que asoma en un charco de electrodos en suspensión. Es más, tiende a ser un antiespacio, antimateria, un agujero negro que desrealiza, desmaterializa el espacio en que está el espectador y le lleva al otro lado como los mitos de la Chica del Lago, o como Poltergeist (Spielberg), una de las más importantes reflexiones sobre la TV. La radio tiene el efecto contrario: construye cadenas de intervención en el espacio al que envía su señal: hace compañía o compañero; trae fuegos fatuos que se consumen quemándose al pronunciarse. Ninguno de los dos deja marcas ni constructos en el espacio salvo en las circunvalaciones de la memoria. La radio trae y la TV parece que lleva. La TV es la más auténtica escultura viviente que cuenta con seres vivos para su realización, actualización o constitución.

La TV inevitablemente ha sido pensada en la narración de la caverna platónica. También el cine. Pero el cine es proyección. La luz no viene sino que va. Tiene la mecánica ensombreada de la caverna platónica. En ese relato, la TV es menos proyección que hoguera. Pero sobre todo, es caverna. La TV es cavernaria, es una escultura en forma de caverna. No es extraño que los formatos artísticos-escultóricos de las «instalaciones», usen tanto la televisión como recurso. La TV es una escultura en forma de gruta, es gruta que abre su boca incluyendo el espacio en que se ve. Tiene tanto relieve como el juego de luces y protuberancias de las capillas neolíticas de Altamira o

Lascaux. Las instalaciones son esculturas participativas, implicantes, que crean estancia y escena. La TV es una escultura escénica viva y eso marca qué tipo de papel cumple el sujeto como «telespectador». El sujeto no puede usar la TV sólo como espectador, siempre está implicado, forma parte de la escultura escénica de luz. Está dentro de la manifestación del fenómeno, que en su ejecución le absorbe.

La TV tiene propiedades absorbentes: absorbe el plano impreso (es libro), absorbe la estancia (es radio), absorbe la luz (es cine inverso). Pero insistamos: ideológicamente la TV quiere ser superficie cero, como la idea de la línea a la materia de los puntos: y en parte es cierto. La TV es un constructo de puntos, de líneas, de píxeles que unimos en nuestra percepción. Exige actividad constructora en nosotros, lo cual contradice la pasivización que se le atribuye. MacLuhan vio claro este punto. Pero no deja tampoco de ser cierta: absorbe. La TV vemos que crea la experiencia contraria a lo que es. Quizás es la propia estructura telenómica la que le lleva a invertir la experiencia, al revés que en la proyección cinematográfica o de diapositivas. Como en el fenómeno fotográfico, la pantalla-objetivo invierte no sólo la imagen sino la propia experiencia: es escultura que se aplanan; es construcción que se pasiviza. Cuando ves a alguien viendo TV te das cuenta de que él mismo es pantalla en quien se proyecta. También en el cine, pero como eco de una luz que enviamos y vuelve. En cierto modo, desrealiza al espectador: la realidad física está remota —en ella no se proyecta sino que se la envía— y tú eres sobre todo pantalla de destino. En realidad es mucho más complejo que una pantalla: pasas a ser recodificado y manufacturado como escultura. Es en el esculpido donde el sujeto tiene menor papel salvo cambiar el canal: el espectador no se esculpe, no colabora en el esculpido primario sino que interpreta la escena. Lo mismo proyecta en la pared que en la palma de tu mano.

El error es concebir la TV como pantalla y no como escenario. La TV crea un escenario. Es teatral. Quien como mi bisabuelo buscaba a los enanitos que actuaban dentro de la caja —lo cual se dice para dejarles encantadoramente en ridículo—, tenían razón; pero buscaban en el lugar equivocado las figuras: estaban en la propia estancia. La TV crea una estancia, un modo de estar. Fantasmático: voces sin cuerpo, carne hecha voz visual, espectro, onda. Ahí cobra fuerza la reflexión de Poltergeist.

En la experiencia primera de TV uno no es codificado y teletransportado, sino que todo sucede en el escenario de la estancia receptora. En parte es trance como el cavernario. Es danza. La TV no pasa en la superficie de la pantalla, sino que ocurre proyectada a tu estancia y tu cuerpo. La TV es intrusiva, irrumpe. Crea esculturas de luz. Tiene algo de solar o de hoguera, no es lunar. Nos hace lunares, nocturnos a los espectadores. Lo que sí es cierto es que el individuo no participa como narrador principal de la emisión, pero

sin embargo es escultor dialogal. Interpreta, se hace soporte, elige disyuntivamente, creativamente.

Hay quien puede leer el ingenio televisivo como manipulación. Hay distintas formas de vivirla. Es distinta la experiencia a pleno día que a oscuras; solo que con otros. Depende de la reflexividad y participación del programa.

Si esto parecía dudoso en la TV del siglo xx, ahora se hace cada vez más claro. Esto es lo que principalmente ha cambiado. La experiencia televisiva convencional continúa. La narración televisada es flor de loto sobre la superficie flotando. Nosotros somos tanto loto como lotófagos: lo que comemos es nuestro propio cuerpo. No podemos sustraernos a este relato de los lotófagos. Efectivamente, hay un modo de vivir la experiencia de la TV que es similar a los consumidores clásicos del loto, que quedaban alienadamente absortos. Es cierto que la principal crítica a la TV es la alienación cuasiopiácea, lotófaga. La TV tiene la capacidad de llevarte, de hacerte viajar, de llevar tu cuerpo como una escultura sin rostro a la que proyectásemos imágenes. La vida pasa por ti sin tú traerla ni llevarla como el agua pasa bajo el loto. Pasan por uno todos los mundos y uno se convierte en medio para todo tipo de mensajes de los que uno no es autor. La TV puede vaciar al sujeto como una superconciencia que lo usara de receptáculo para su corriente onírica. Reconozco esta experiencia de ojos desenfocados, cuerpo sedado, cuerpo que es vivido por otros, viaje en el que uno es llevado con una vivencia opiácea de ensoñamiento. La TV induce un *by-pass* a la vigilia, unos puntos suspensivos que suspenden la palabra. Un estado de suspensión inducido que distancia de los dolores del cuerpo y del alma situándolo a uno en un paraje en que otros programan y viven la vida de uno.

La TV es pensada sobre todo negativamente. Es chivo expiatorio de gran parte de los males de la cultura y la familia. Quisiera hacer propio la proposición de MacLuhan que contempla positivamente la TV. Salvemos la TV. La TV es juego. Es presencia allí donde llega, es hospitalidad de una escultura, de unos fantasmas. Es placer, es celebración, es progreso. La experiencia de los propios vídeos, de compartir de nuevo escena con tus queridos muertos o con quien fuimos en el pasado. Es no sólo fantasía, sino experiencia que ayuda a dar soporte a otro modo de presencia (comunidad de los santos). Es la experiencia en «Minority Report». La TV es ángel que trae lo lejano, que acompaña encuentros, que como a Mr. Scrooge los espíritus de las Navidades pasadas, presentes y futuras nos conduce a vivir otros lugares y otros tiempos como mirones. La TV es mirador, es ojo de cerradura, es catalejo y es encuentro que familiariza. Hasta el punto de amigar con el otro, de sentirlo como alguien amigo. Es el medio de comunicación más intrusiva, de mayor proximidad por su carácter escultórico, presencial, donde no ves al otro a los ojos, sino que sus ojos están en tu faz.

3. LA TV DEL FUTURO

Viendo la TV del futuro, ¿qué de esa experiencia permanece como sustancial? Si queremos conocer la TV del futuro hay que fijarse en los videojuegos. El videojuego es la vanguardia. La TV irá a donde llegue el videojuego. Si queremos pensar la TV del futuro y los productos de pantalla del futuro, pensemos el videojuego. Y todo va en dirección a expandir la idea de escenario, de estancia de representación y experiencia (siempre la sala de espectadores forma parte del escenario, como ha sido fijado).

Prestemos atención a los «MMORPG» (*Massively Multiplayer Online Role-playing Game*), videojuegos de rol, *online*, multijugador masivo (miles de jugadores intervienen simultáneamente, aunque será posible segmentarlos), escénicos (*wiifificados*), vívidos (con dispositivos que afectan a todos los sentidos, como la transmisión de fuerzas y movimientos), hipertextuales (con simultaneidad y omniconexión con contenidos multilocales), sin un centro emisor, virtuales e industriales, socialmente estructurados y jerarquizados (en clases de arquitectos, magos, caballeros, jugadores, visitantes, espectadores), de narración continua (sin *game over* no son partidas, sino historias continuas a las que te incorporas), socializados (intervención mediante redes sociales que informan, comentan y celebran, así como hacen reflexión de segundo grado). Uno tiene una figura (*Nick, alter ego, ¿fetiche?*) que le representa, pero también tu cuerpo y estancia son escenario que participa en la experiencia. A la luz de los MMORPG, ¿cómo será la TV del futuro?

Los expertos coinciden en varias líneas de evolución y todas acentúan su carácter de experiencia escultórica, escénica y más allá. Tratan no sólo de generar experiencias realísticas de forma virtual o simulaciones, sino de crear acontecimientos y experiencias reales. Ya no representan nada, sino que ellos mismos son materia de la historia:

- *Un único sistema TIC en el hogar.* Integración en un único sistema digital. El debate ya no es si el computador puede ser considerado o no una TV: ambos se integran en una misma realidad.
- *Una TV sin programación.* La TV se ha desincronizado sustancialmente del tiempo agrario que regulaba nuestras vidas: día y noche, laboral y festivo se diluirán como categorías relevantes en crecientes sectores de la población. El conjunto de canales emite homogéneamente las 24 horas. Y eso lleva a la irrelevancia de la misma idea de programación. En un tiempo que se desprograma, los programas temporales carecen de sentido. Es el fin del programa.
- *De la caja a la hoja.* El fin del aparato de televisión. Se ha pasado de la TV-caja a la TV-ventana o TV-póster y la TV del futuro en menos de

una década será de papel, sábanas de periódico que se podrán doblar y guardar. En quince años será posible hacer de cualquier objeto una pantalla: la propia ropa, una tarjeta, la propia piel.

- *Una TV móvil.* El aparato estrella del siglo XXI es el móvil. En realidad ya manejamos tres pantallas (30:80:3): pantallas de 30 milímetros, pantallas para ver a 80 centímetros y pantallas para ver a 3 metros. Manejamos las tres dependiendo de la necesidad y el momento. Pero sobre todo avanzamos hacia la ubicuidad, sea en pantallas o en cualquier objeto que haga de pantalla, como las baldosas o una ventana.
- *Hogares Kinect.* Habrá en breve una extensión de la lógica Kinect. Es la tecnología mediante la cual la estancia se mide, se codifica digitalmente y estancia, y sujetos no sólo son pantalla sino actor, emisor, es codificado y sus movimientos se reproducen en el programario. El control del programa se realiza con el propio cuerpo y la voz.
- *Tridimensionalización.* El físico Harold Garner, de la Universidad de Texas, ha creado la tecnología necesaria para que haya sido posible la activación de la primera televisión holográfica —la holovisión—. La famosa escena de «Star Wars» en que la Princesa Leia pedía auxilio al anciano jedi Obi-Wan Kenobi es la meta a la que previsiblemente se llegará en 2020. Ya tenemos las TV en 3D y en menos de una década podremos tener representaciones holográficas en el hogar. En realidad esto no hace sino subrayar el carácter escultórico de lo televisivo, pero hace la experiencia más vívida y la culmina.
- *TV en red social.* La TV tendrá una relación más parasitaria con las redes sociales que podrán participar simultáneamente. Ahora muchos ven la TV con el ordenador encendido o el móvil en la mano enviando mensajes. Se integrará en una única pantalla en la que tú recibirás mensajes sólo de quienes aceptes en tu red social. Podrás ver un partido de fútbol con comentarios filtrados sólo procedentes de los hinchas de un perfil de *facebook* o cualquier otra red social.
- *Cadenas para todos.* Será más barato hacer productos para TV y la cultura *indie* (creaciones independientes) y el periodismo ciudadano serán un potente, dinámico y amplio sector de la oferta televisiva, al alcance de cualquiera con suficiente ingenio y un mínimo equipo.
- *Salir virtualmente en la TV.* Todo ese avance tecnológico permitirá la participación virtual y real. El programa se reestructurará como MMOPG, pero existirá un programa de actores principales. Ahora bien, otra opción es el *reality-show* —«Gran Hermano»—, en el que tiende a no existir actor principal. Uno podrá no sólo participar simultáneamente por redes sociales —como ya se hace—, sino participar virtualmente para ser visto en todas las teles o sólo en una.

- *TV a la carta.* La TV se va a convertir en un producto mucho más personalizado en el que van a participar productos de canales convencionales, vídeos de distintos orígenes e incluso las propias grabaciones o los videomensajes de la comunicación ordinaria. En realidad, no habrá tanto una personalización como la creación de *targets* mucho más segmentados y versátiles que posibilitarán microaudiencias desincronizadas y conectadas a través de todo el resto del sistema de información, comunicación y consumo.
- *Todo a la tele.* Todo se va a videoficar y, por consiguiente, a teleficar. Ya hoy en día más del 60% del material circulante por Internet es vídeo y la tendencia es creciente. Las actas de los congresos tienden a no escribirse, sino que se graban y cuelgan en la red. Las mayores inversiones en investigación tecnológica se inyectan en la multiplicación de la banda para transmitir vídeo a alta velocidad. En Japón en la actualidad es posible descargar una hora de alta definición en 16 segundos y la velocidad no hace sino descender olímpicamente. Los mensajes escritos y audio serán sustituidos por vídeo. Y esos vídeos se igualarán con los productos industriales de los canales. Es decir, que avanzamos al galope hacia una oralización de la cultura, un cierto retorno a la cultura oral. Eso nos suscitará nuevas habilidades comunicacionales y cognitivas ya que será necesario aprender en la escucha y la narración.
- *¿La muerte de la TV?* Alguien podría concluir: la principal tendencia de futuro de la TV es que habrá muerto antes de cumplir los cien años (la primera emisión fue de la BBC en 1927 y la emisión de oferta programada en 1936, también por parte de la BBC). Estamos hablando de una nueva realidad. Cercano a esta idea es el profesor Vinton Cerf, uno de los célebres creadores de Internet y Premio Príncipe de Asturias 2002. En su opinión, según una entrevista concedida a *The Guardian* en agosto de 2007, la TV se disuelve en una maquinaria mayor que usa materiales de TV, pero los manufactura y organiza de tal modo que la TV será un fenómeno mucho más reducido, limitado a canal de actualidad. El principal signo que señala a favor de esa tendencia es que el 85% del material videográfico que se ve es pregrabado.
- *Reconversión de la industria TV.* Sin duda la industria de canales de TV va a perder peso y se enfrentará a una crisis sectorial que reconfigurará el medio porque la TV tiene una dificultad frente a otros objetos de consumo: necesita tiempo. Nadie acumula TV, en todo caso se suscribe a canales que nunca tiene tiempo de ver o aprovechar. O graba programas que nunca va a poder ver. Pero para eso, hay una industria mucho más potente que no necesita de un emisor que demanda del consumidor tiempo de dedicación. Disminuirán los canales de gran tamaño y se multiplicarán los independientes, pequeños y canales

low-cost. Estoy de acuerdo con Vinton Cerf en que de esa crisis saldrán reforzados los productos de noticias si saben deslindarse de los canales programados.

- *Los canales a la conquista de Internet*. En realidad, es otro modo de programación. La industria no desaparece, sino que es más penetrable. La reconversión de la industria llevará a que los canales (industrias de medios de comunicación) tomarán Internet como señores feudales dominando parte significativa de ese territorio o actividad. El problema no es el contenido, sino la distribución.

Hay quien describe el conjunto del fenómeno como babelización. La verdadera arquitectura de Babel es Internet. Es nueva colmena, una nueva concepción de la masa. Matrix piensa sobre esto. La TV como medio parasitario de sujetos inconscientes que han sido dominados, alienados, fetichizados, sustituidos y explotados. Es una posibilidad, pero también existe la probable posibilidad de que sea un medio de significación, comunicación y universalización.

De ello nos aleja la experiencia que en España y otros países —pero de una forma muy especial en España— tenemos de la evolución de ciertos programas de TV de los que son buena muestra la oferta televisiva de Telecinco, que produce según el paradigma de *reality-show* y que se extiende a los canales de la ultraderecha. Toda la programación rosa y amarilla sigue la lógica del *reality*, obligando a un conjunto de personajes populares a participar en una dinámica y proporcionando otro conjunto de personajes de *low-cost* que, reflexivamente junto con los opinadores y unidos a todo el catálogo de *reality-shows* de ciudadanos desconocidos («Gran Hermano» es el principal exponente, pero los *talking-shows* y programas de confesiones aportan también otras propiedades), participan en una narración multi-programa.

En realidad esta decadencia es, como he dicho anteriormente, signo del ocaso de la industria. Son programas que se sitúan tan cerca de la vida ordinaria y de la ordinariez vivida de la gente de la calle que fácilmente es equivalente a los propios videoproductos de las redes sociales. Belén Esteban no es una pirata de televisión al abordaje de nuestras casas, sino la toma del castillo catódico por la turba.

4. LA DISCIPLINA DE LA TV, PRÁCTICA CULTURAL

No obstante los aspectos positivos que se encuentren, es cierto que existe un nuevo modo más potente de simular la realidad, de crear lotófagos. La potencia de absorción que tiene la experiencia es mayor, es una escultura

escénica cada vez más esférica, próxima a constituir una experiencia total que implique todos los sentidos y a implicar físicamente más al sujeto. Se contempla muy bien en algunas máquinas de videojuegos de alta tecnología que son simuladores totales: cápsulas en las que el sujeto se instala y que reproducen todas las situaciones reales en sus efectos: la vibración de la cabina, la imagen desde los visores, el estrés, el olor, la temperatura. De hecho, es más eficaz entrenar a pilotos en estos simuladores que en aviones reales. Hubo un salto cualitativo en este género de los juegos televisivos: cuando los soldados enviados a la II Guerra del Golfo actuaban en campo de combate con dispositivos oculares que representaban al enemigo con figuras de temperatura. Entonces, ya se podía dar el salto del videojuego al combate real. Matar personas era muy parecido a los videojuegos de combate a los que eran adictos. Vemos que nuestros lotófagos no son seres «ensofados» (palabra similar a «en-camados») abúlicos pero inofensivos, sino que puede tener consecuencias en su entorno familiar, en sus responsabilidades personales y sociales, en las acciones que realizan mediáticamente, etc. Esos excesos no son propiedad de la TV, sino que la TV extrema todo. Como dice Pierre Bourdieu en su obra *Sobre la televisión*: «La televisión lleva a su extremo esta contradicción en la medida en que está más sometida que cualquier otro universo de producción cultural a la presión comercial, a través de los índices de audiencia» (Pierre Bourdieu, 1997: *Sobre la televisión*, Barcelona: Anagrama, pp. 50-51).

También hay más capacidad para afiliar audiencias y crear cuerpos sociales masificados como las telemasas de Sloterdijk de las que hablé en este mismo foro hace unos años con ocasión de las jornadas para pensar la estupidez.

Pero la televisión también tiene su ángel. Mi impresión es que no va a desaparecer la TV, sino que la TV se convertirá metonímicamente en el icono que mató al computador, absorbiendo el signo del móvil. La televisión será la Pantalla por excelencia. Todos haremos TV, tomaremos la TV y emitiremos 24 horas la misma vida.

El efecto, está siendo impresionante sobre la calidad, que no hace sino elevarse. Hoy en día nos encontramos con los mejores productos televisivos de toda la historia. Nunca como en la actualidad se realizaron productos de tanta calidad. Si uno quiere educar a sus hijos, encontrará series infantiles y juveniles muy educativas. Al final, voy a desarrollar un análisis sobre esta cuestión.

Pero hay un efecto mayor que es sobre las formas cognitivas. No sólo es un desafío expresivo, comunicacional para quienes nos dedicamos a la producción de textos y narraciones, sino para el propio modo de pensar.

Sin duda uno piensa en una caverna en la que hay luz de la hoguera, pero también hay noche. Existe la noche de los cuerpos (Maffesoli), la noche de

las ausencias y vacíos (muerte), la noche del sentido (la condición humana), la noche del mal (manipulación, industria, política, democracia y tiranía...), la noche de la injusticia (la brecha digital, la brecha televisiva). Como en Matrix, existen Sión y sus excluidos.

Pero afecta al propio modo de pensar, de modo que se hace más complejo, global. Multicognitivo (inteligencias múltiples), más estético, más corporal e implicante, más alterador e irruptivo, más vívido, más oral-visual, más escuchante y más demandado (tiene que opinar continuamente), más continuo (pendiente de un continuo flujo), hipertextual, atendiendo a varios flujos u operaciones, más publicado, obligado a mayor universalidad comunicacional.

La clave es la activación del sujeto. No hay que ver la TV, sino que hay que relacionarse con la TV. Uno no debe ser una escultura parada, sino una escultura reflexiva, que comenta con quienes ve la TV, que quizás incluso toma notas de alguna cosa que se dice, que comenta por redes sociales lo que ha visto. Ver la TV activamente supone que uno se haga con creaciones pregrabadas con las que puede montar su propio canal o el canal de su familia en el que queda reflejado el proyecto educativo y de entretenimiento (que tiene todavía mayor valor educativo).

La TV también invita al silencio. Hay cosas que cuando son vistas en TV uno tiene que luego apagar la TV porque cualquier otro programa que no sea comentarla (una película, por ejemplo) crea ruido o frivolidad. Creo que para realmente usemos bien la TV hay que desconectarse de ella y luego volver a ella; hay que abandonarla un tiempo, tomar distancia crítica de nuestra dependencia de ella y luego retornar. También es preciso tener otras experiencias culturales como escuchar en casa la radio a las horas en que solíamos ver la TV —aunque se haga extraño y duro estar juntos callados, escuchando, era algo que hacían nuestros abuelos y les unía a todos—, ponernos juntos a leer en el salón o escuchar juntos música. Entonces, cuando encontremos gusto y dominio a esas prácticas, podremos encender de nuevo la TV y encontrarle realmente su sentido. Sólo se puede dominar la disciplina de la TV cuando se domina al menos otra de las disciplinas culturales en el hogar.

Quizás las palabras disciplina y televisión suenan extrañas juntas, pero realmente existe una disciplina televisiva. La facilidad del zapping hace que abandonemos a la primera cualquier programa que nos ofrezca la más mínima dificultad. Para poder ver documentales, por ejemplo, hace falta cierta disciplina. *A ver la TV también se aprende*. La TV no es tan fácil de ver como casi todo el mundo cree. Es fácil ver algunos programas lo mismo que es fácil escuchar determinadas «músicas fórmula» (de fórmula sencilla, pop, populares, intuitivas) o ver determinadas películas. Hay creaciones televisivas sofisticadas que requieren disciplina por parte del sujeto. Como en los li-

bros: hay Beckett y hay Corín Tellado. Ver un documental requiere reflexión del espectador, paciencia, atender a un ciclo narrativo que no se segmenta en microciclos de 7 minutos como en los culebrones o las comedias de situación *sit-com*, etc.

También es importante que formemos asociaciones de televidentes que no sólo operen desde motivaciones reaccionarias, sino desde principios de calidad y de defensa del buen gusto y del progreso del arte y oficio televisivo. Posiblemente la democratización de la TV no sólo pasa porque todo el mundo pueda hacer sus microprogramas y pueda elegir libérrimamente entre numerosas creaciones, sino también por formar comunidades exigentes de televidentes capaces de hacer cambiar de actitudes a ciertas cadenas que maltratan al espectador. De espectador a participante: es un mismo movimiento que el que hemos visto antes.

Es frecuente que comparemos el tiempo dedicado a la lectura y a la televisión. Al respecto, debemos tener en cuenta que la TV tiene un problema: su sujeción al tiempo material. No puede consumirse a otra velocidad que la del tiempo real. Una hora de programa requiere una hora de vida para verlo. No se puede abreviar, no puedes cortar una parte de la película a riesgo de perder el hilo o deshilar la creación. Quizás surjan *webs* con resúmenes de películas por un nuevo montaje artesanal (vea usted *La Misión* en 15 minutos) de un abreviador hábil. La TV no es un medio totalmente flexible, sino que es muy absorbente (es más flexible la radio: no se puede conducir y ver la TV al mismo tiempo) y rígido con el tiempo. Una exposición es más flexible en tiempo y los reproductores de sonido son más compatibles con multitareas.

Respecto al libro, es posible que lo que estemos viviendo sea un auge de la escritura y la lectura. Cientos de miles de jóvenes se lanzan a escribir sus *blogs*. A veces sobre frivolidades, pero en muchas ocasiones sobre temas bien serios en los que vuelcan sus creaciones, opiniones o seleccionan y editan las de otros. El libro es otra experiencia. Es un diálogo alma a alma con una narración. Desafía a la imaginación para que aporte la máxima imaginación posible. Sólo ser autor lo supera. La diferencia entre el libro de papel y el *e-book* es secundaria, es una cuestión de la industria, no de la obra. Es distinto el audio-libro. En la lectura, uno se hace peregrino hacia el final de libro; caminante que avanza los pasos que lea, viaja con su propio esfuerzo página a página hasta donde se canse y comience otro día. El libro es eterno.

Así todo, hay algo de la caverna que es prehistórico, presocial, premediático, prerreflexivo y que remite al encuentro cara a cara con el hombre, con la Natura y con el Dios. Un encuentro sin mediación, genuino, puro acontecimiento, espiritual, cuerpo a cuerpo; un encuentro primordial desde el que se funda el sentido.

5. UNA APLICACIÓN CONCRETA: LA TV INFANTIL

En los últimos años se ha consolidado la opinión de que la televisión que se puede ver en España es nociva para la infancia. Pero aunque la programación es pésima, muchas de las producciones son magníficas. Ante eso, los padres tienen que grabar dichos productos y construir su propia programación de televisión que autogestionen midiendo tiempos y sesiones. Hay que pasar del consumo de paquetes de cadena a la autogestión.

El estigma de la telebasura ha crecido y especialmente en referencia a la programación infantil. Aunque se han tomado iniciativas operativas muy estimables (la prohibición de interrumpir un programa infantil para emitir publicidad, por ejemplo), la parrilla de horario infantil está contaminada por programas inadecuados para los niños y en general para cualquier salud mental. Lo que no violan dichos programas, lo hacen los anuncios que ponen en medio. Las familias son conscientes de ello, pero aunque los padres suelen ser muy críticos con la televisión, apenas adoptan estrategias educativas viables al respecto. Los diversos estudios nos muestran que los padres fuera de casa se muestran preocupados por los contenidos pero en el hogar sólo manifiestan preocupación por el tiempo que se gasta viendo la televisión. Además, los padres son vistos por los niños como co-espectadores, no como mediadores. No se habla sobre los programas de televisión; dichos programas no son contextualizados dentro de un proceso más amplio ni tampoco son seleccionados previamente por los padres.

Los padres frecuentemente reaccionan nostálgicamente valorando positivamente las series animadas que vieron en su niñez, especialmente las de los años ochenta. Sin embargo, si uno intenta buscar dibujos animados en la televisión actual se encontrará lo siguiente: la oferta actual televisiva de animación es de una calidad mucho mejor que la de hace diez, veinte o treinta años. No cabe el pesimismo pasivo sobre los males de la televisión sino que sí es posible disponer de buenos programas si uno los busca, los graba o adquiere y los administra como proyecto.

Los años setenta y principios de los ochenta estuvieron determinados por tres tipos de animación. Primero, la animación teatral de «Barrio Sésamo» (*Sesame Street*, <http://www.sesameworkshop.org>) y los llamados en España «Teleñecos» (*The muppets*) creados por Jim Henson, un visionario de la televisión que creó un espectáculo de alto valor educativo y social de todos conocido. La hondura de su obra quedó patente cuando falleció en el funeral episcopaliano que se celebró en Saint John the Divine, la catedral de Harlem, celebración multitudinaria que suscitó generosos comentarios y en cuyo coral actuaron los mismos muñecos creados por Henson articulados por sus amigos artistas. La obra de Henson permanece en un pequeño grupo de artistas que

sostienen la Jim Henson Company (<http://www.henson.com/home.html>) y sus iconos animados más famosos son gestionados por la Muppets Holding Company, creada cuando Disney incluyó en su pantalla la obra de Henson (<http://muppets.go.com>).

Los otros dos tipos de animación fueron la animación japonesa («Heidi», «Marco», «Mazing Z», «Vicky el Vikingo», «La abeja Maya», «Baner y Flappi», «El osito Yackie», etc.) y las reposiciones de la industria americana creada por Hanna Barbera («Los Picapiedra», «El oso Yogui», «Maguila el gorila», «Scooby Doo», «El lagarto Juancho», «Leoncio y Tristán» o «Don Gato», además de desarrollar series de superhéroes principalmente de DC como «Spiderman», «Batman», etc.), Disney (reposiciones de los años cuarenta de «Donald», «Micky», «Pluto», etc.), Paramount («Tom y Jerry», de los años cincuenta, y «Popeye»), Universal (principalmente con «El Pájaro Loco») y sobre todo Warner Bros («Bugs Bunny», «El Pato Lucas», «El Gallo Claudio», «Elmer», «El Correcaminos», inicialmente «La Pantera Rosa», etc.).

Mención aparte merece la serie «Érase una vez el hombre», fruto de una amplia alianza de televisiones europeas y que generó todo un estilo educativo en diferentes entregas sobre la historia, el cuerpo humano o el espacio, una serie tan buena que es una lástima que esté a un precio tan abusivo en el mercado.

Los contenedores televisivos donde se insertaban dichos productos eran de una calidad similar a los que actualmente se producen si exceptuamos el caso de «Sube al Desván», producido con dibujos del posiblemente más emblemático dibujante infantil español, José Ramón Sánchez (cuyo largometraje está actualmente disponible en DVD a apenas seis euros). Creo que se sobrevalora la obra de Lolo Rico «La Bruja Avería» y la oferta creada a partir de «Los Lunnies» se ha puesto al nivel de cualquier marco anterior como «La casa del reloj» o «Un globo, dos globos, tres globos».

Sí es cierto que en las décadas de los ochenta y noventa la programación infantil ha sido muy árida, ha estado muy mercantilizada y los contenedores han sido de muy baja calidad. Los años ochenta y principios de los noventa contaron con menos series interesantes si descontamos la producción europea como «David el Gnomo» (su productora BRB también realizó «La vuelta al mundo en 80 días» y «D'Artacán») o las producciones franco-japonesas «Ulises XXI» y el «Inspector Gadget» (serie francesa de DiC Entertainment, France 3, de 1983, con una intención de entretenimiento pero también moraleja educativa). Tras una segunda generación de pre-manga («Candy Candy», «Caballeros del Zodiaco» o «Campeones»), también se asomó un nuevo estilo de animación que fue el nuevo manga, introducido pioneramente por «Dragon Ball» o «Bola de Dragón Z», dibujos con guiños porno y con contenidos basados principalmente en la belleza de la violencia de las artes marciales, ya presentes en animaciones japonesas anteriores.

En medio del éxito del manga, desde mitad de los noventa se hizo sitio una nueva generación de series infantiles de animación que recogía el testigo de Jim Henson. Al principio aparecían como series de segunda fila hechas por medianas productoras, pero se fueron ganando poco a poco al público hasta que han sido distribuidas por las grandes compañías para su reposición. Ese fue el proceso de «Rugrats», «La banda del patio» (*Recess*), los «Thornberrys» (*The Wild Thornberrys*) o «Pepper Ann», actualmente en las parrillas de Disney o Nickelodeon. En estos momentos tenemos una oferta muy buena de series infantiles de animación caracterizadas por un alta calidad artística, un enfoque complejo de la personalidad de los niños, protagonizados por personajes con profundidad, relatos con una inteligente intencionalidad moral y con una técnica pedagógica muy elaborada.

También nos encontramos con la producción de series animadas presuntamente infantiles, pero que agravan algunas de las tendencias más preocupantes del final del siglo xx. Es el caso del manga japonés que con productos como «Shin Chan» realmente denigra el género infantil. Desde Japón, en cambio, nos encontramos también productos de calidad como «Doraemon», con historias morales y lúdicas que merece la pena incorporar al imaginario infantil. Pero el caso más polémico son «Los Simpson», de la FOX. «Los Simpson» son posiblemente una de las series animadas más morales de la historia de la animación y con una calidad técnica magnífica, aunque el género que usa para expresarse es el sarcasmo y la ironía, no es fácilmente diferenciable por los niños. Eso lleva a que, sumado a una temática que progresivamente no es para niños, haya ido encajando como una serie adulta. «Los Simpson» abrieron una línea de trabajo que comunica a través del sarcasmo, la contracultura y lo macabro, tendencia que hemos encontrado en otras series especialmente americanas como «Vaca y pollo» o los trabajos para la gran pantalla de Tim Burton.

Para las edades más tempranas surgió una serie de animaciones teatrales al más puro estilo Jim Henson promovidas especialmente por la BBC. «Los Teletubbies» (producido por Ragdoll Limited, <http://www.ragdoll.co.uk>), «Los Tweenies» (realizado por Tell-Tale Production para la BBC: <http://www.tell-taleprod.com>) y los menos conocidos pero quizás los mejores que son los «CBeebies» (producidos por la propia BBC). Destaca también el dinosaurio «Barney» de PBS Kids (<http://pbskids.org>). A ellos habría que sumar en nuestro panorama «Los Lunnies», más famosos en nuestro país aunque sin alcanzar todavía la calidad de los anteriores al estar pensados más como un contenedor que como un programa pedagógico de entretenimiento y pedagogía.

Destinado a unas edades similares también la BBC ha hecho famosos las series de dos productoras con una línea similar: por un lado las series «Thomas & Friends» (el protagonista es un tren, una serie archifamosa en Reino

Unido que apenas ha tenido distribución), «Pingu» (bastante conocida en España) y «Bob The Builder» (que comienza a distribuirse en España), de «Hit Entertainment» (<http://www.hitentertainment.com>, autores también de una deliciosa serie animada llamada «Angelina Ballerina») y una serie que se distribuye en España que se llama «Pat el Cartero» (*Postman Pat*), realizada por Woodland Animations (una división de Entertainment Rights PLC: <http://www.entertainmentrights.com>). Estos dibujos forman parte de la que podíamos denominar escuela inglesa de plastilina, animaciones de una pericia admirable realizadas con figuras de plastilina cuya maestría llega a su culmen en la muy conocida en Inglaterra serie «Wallace y Gromit» dirigida por Nick Park en Aardman Animation (<http://www.aardman.com/>), la misma productora que hizo «Evasión en la granja» (*Chickenrun*).

En una línea similar, para niños pequeños, están los dibujos de «Babar» (un elefante del que nos llega el *merchandising* y los libros infantiles de Laurent de Brunhoff, pero no se emite la serie animada) de la productora Nelvana Limited (<http://www.nelvana.com>, que también tiene series de calidad todavía no emitidas en España como la «Tortuga Franklin» basada en los libros infantiles de Paulette Bourgeois y Brenda Clark, y la serie animada «George Shrinks», inspirada en la obra del escritor e ilustrador William Joyce y realizada en colaboración con la incipiente industria animada de China) y la serie esquimal llamada «Inuk» (basada en la obra gráfica *Inuit* de Marc Tetro por la productora canadiense Tube Studios).

También habría que mencionar el éxito internacional de la serie francesa «Caillou» (CINAR Corporation, Cookie Jar Entertainment Inc.: <http://www.cinar.com/>), un niño pequeño con una aguda sensibilidad, y «Angelmouse» (producido por Silver Fox Films Ltd. para la BBC: los mismos que filmaron el medimetraje *La primera nieve del invierno* en 1998 para la BBC y que se distribuyó en DVD en España, <http://www.silverfoxfilms.co.uk>), otra serie tierna sobre un ratón convertido en ángel que intenta cumplir distintas misiones en las que su bondad supera a su torpeza.

También los productos de Disney para dibujos animados están muy en línea con las series anteriores, aunque obedecen a una estética más estereotipada y tienen una función comercial excesivamente acusada, con personajes más planos e historias ideológicamente más marcadas por la meritocracia americana. Son de destacar los dibujos animados surgidos a partir de las películas «Hércules», «Tarzán» o «El Rey León» («Timón y Pumba»). Es de esperar que también «Pixar», ahora finalmente comprada por Disney, se decida a abordar el género de las series de animación y sin duda tendrá el éxito que merece en pantalla.

Ahora bien, lo más novedoso lo constituyen una serie de dibujos animados que tratan sobre niños de distintas edades y que van desde los bebés «Rugrats» (realizados por Klasky Csupo Inc. y distribuidos por Nickleodeon: [Vol. 70 \(2012\), núm. 136](http://www.</p>
</div>
<div data-bbox=)

klaskycsupo.com y <http://nickelodeon.es>), a los niños de «La banda del patio» (en inglés *Recess*, distribuida por Disney y que tiene dos películas que no son tan buenas como la serie, mucho menos comercial que aquéllas), los «Preadolescentes de Arthur» (la productora es Cookie Jar Entertainment Inc., <http://www.thecookiejarcompany.com>), «El autobús mágico» (*The Magic School Bus*, realizada por la corporación educacional Scholastic Inc., quizás la mayor distribuidora mundial de libros infantiles: <http://www.scholastic.com>) y «Los Thornberrys» (*The Wild Thornberrys*, realizados por Klasky Csupo, Inc. e incorporados a Disney: <http://www.klaskycsupo.com>) y los adolescentes de la magnífica serie «Pepper Ann» (hace algún tiempo incorporada también a la familia Disney). Estas series abordan problemas que los niños se encuentran diaria o crucialmente con bastante sensibilidad y sabiduría. Especial atención requiere «El autobús mágico», una de las series más culta y útil al aprendizaje de todas las que jamás se hayan realizado, al nivel o superior a la saga de «Érase una vez el hombre».

Algunos productos están disponibles en las cadenas públicas españolas (estatales o concesionarias) y a otras se accede por televisión de pago; otros materiales están disponibles en DVD generalmente a precios asequibles sobre todo si se piensa en comprar en común con otras familias para compartir. Algunas no están todavía en España y es una lástima. Distintas organizaciones civiles, de infancia y educativas, con apoyo gubernamental deberían montar una agencia de análisis de series de infantiles que recomendar al público español a través de una evaluación pública y de unos premios anuales.

Mientras se espera eso, hay que ingeniar la economía de subsistencia. La gente siente impotencia ante la televisión, pero los actuales medios tecnológicos de grabación y la progresiva accesibilidad de los discos DVD permiten que los padres establezcan un régimen propio de tiempos y estilos, que integren el disfrute de la tele dentro de un proceso educativo (por ejemplo, una tarde laboral cualquiera se copian dibujos de abejas y después se ve un episodio de la «Abeja Maya» o se habla de los niños que pegan en el colegio y después se ve un episodio de «Arthur» a propósito de esto mismo). Si no, se está como mucho yendo a remolque de lo que acaban de ver los niños en la tele. Además de las series de televisión, que permiten que el niño vea un día media hora de televisión (y se pueden repetir con el tiempo) y complementen y relacionen esa actividad con jugar, pintar o hablar, hay otros recursos culturales muy buenos y útiles como largometrajes, documentales, libros infantiles, webs u otros tipos de actividades, que algún otro día merecerá la pena comentar. Los padres tienen que hacer bricolaje con la televisión, hacerse su propia programación seleccionada y pautada según los niños, contextos y necesidades: no sólo la educación, sino que el entretenimiento de nuestros hijos son demasiado importantes como para dejarlo en manos de los dueños de las cadenas de televisión.

6. *DELICATESEN TV*

Junto con MacLuhan, animamos a incluir positiva y sanamente a la televisión dentro del conjunto plural de prácticas culturales de las personas y sus familias. Quizás estemos hartos de tanta comida-basura igual que de tanta televisión-basura. Quizás es hora de que nos planteemos seleccionar bien los restaurantes (buscar las mejores ceraciones), comer más comida casera (autocadenas). Ser *gourmets* de la televisión. No sólo disfrutaremos de una TV más sana, sino que nos ayudaremos a democratizar.