TELEVISION: LO COTIDIANO Y LO AUTO-RREFERENCIAL. LOS GENERICOS DEL TELEFILM

Vicente Sánchez-Biosca
Universidad de Valencia

Para describir en un primer momento la relación que se propone establecer el dispositivo televisivo con la vida cotidiana bien podríamos comenzar por una imagen. Se trata de un informativo de la pequeña pantalla norteamericana. Unos marineros -*relata* la voz en off de un locutor- han sido atacados en el curso de una operación militar y han desaparecido. Acto seguido, la cámara nos conduce al interior del hogar de uno de dichos marineros. Toda la familia se encuentra congregada en torno a la figura del padre, designando una *escenografía* tan apretada como *simbólica*. Ahora la voz del informador se apaga. Silencio absoluto como para conceder una *dimensión dramática* suplementaria a la escena. Un primer plano a modo de inserto subraya la presencia de un reloj que, inexorable, marca el paso del tiempo y el peso de la espera. El ambiente se torna denso. Repentinamente, suena el teléfono, estratégicamente situado sobre la mesita, junto al sofá. Y decimos estratégicamente porque al instante descubrimos que la escenografía posee una fisura, un punto de fuga: el teléfo-

no, su presencia, señala en el fondo una ausencia, la del hijo. Y, en consecuencia, el objeto queda *metaforizado*. Antes de descolgar, el padre mira hacia la cámara y en apoyada *interpretación* dice "May be". Responde a la llamada, asiente gravemente; sin embargo, todo aquello que es comunicado del otro lado del cable nos es escamoteado. La tensión ha sido ya en este momento creada a partir de una *dosificación de la información* y el espectador se encuentra en notable inferioridad respecto al personaje. En otras palabras, la realidad ha sido ya mutada según los *códigos* del suspense. El padre cuelga el teléfono. Por sus palabras y su gesto descubrimos que no ha habido novedad alguna. Nuevo silencio. Nueva espera. Un segundo ring despierta nuestra atención. El cabeza de familia, sin pronunciar palabra alguna, se precipita sobre el aparato. Nada expresa su rostro, opaco por completo a cualquier sentimiento. Nada en él nos revela la *resolución*. Corta la comunicación y, ahora sí, bate palmas como si se hallase en un estadio de fútbol. El hijo se ha salvado y la alegría invade de lágrimas los rostros del patriarca junto al coro familiar que lo acompaña.

Examinemos brevemente la escena. En su descripción, se han colado voluntariamente algunos términos extraños. Extraños para el medio documental, informativo, ante el que el espectador se sitúa; pero no menos extraños para el efecto de directo con el que está rodada, "montada" y dispuesta para la fruición la escena. En efecto, nociones tales como resolución, metafórico, dosificación de la información, escenografía, códigos, interpretación, etc. señalados con cursiva en el texto parecen remitir a un universo de discurso conocido como relato en su más amplio sentido y tornando, por ende, deficitaria la aprehensión puramente documental. Veamos algunos de los mecanismos de puesta en escena que revelan hasta qué punto nuestra terminología procede en realidad de la disposición narrativa del fragmento.

En primer lugar, advertimos en la historia, en la noticia, una notoria clausura, un cierre. Y esto es curioso por cuanto el episodio nos es presentado como espacio de actualidades y con la conciencia de la retransmisión en directo. Es, en otras palabras, una noticia no abierta, sino -como ocurre con los relatos- contada, narrada desde el final. No es ésta una afirmación trivial. Precisamente el hecho de relatarse desde el final confiere a la noticia no sólo su carácter de relato, sino sobre todo sus isotopías, su ritmo, su progresión. En segundo lugar, los momentos de silencio, de suspensión de la banda sonora, no describen detención alguna de la acción, sino que subrayan las inflexiones del drama, su inserción medida en la cadena sintagmática. En tercer lugar, el despliegue de los códigos melodramáticos tiene su más fiel expresión en el valor de condensación poética representado por primer plano del reloj. Así pues, se produce una operación significante realizada con la segmentación del espacio, una abstracción temporal y una carga poética que se unen en un tema clave del melodrama tanto literario como cinematográfico o telefílmico: el tema del tiempo metaforizado en los objetos. En cuarto lugar, la dosificación minuciosa de la información suministrada al espectador, pues éste desconoce el resultado, se le retrasa su conocimiento (lo que ya ha ocurrido, la salvación del hijo) en aras a la creación de un efecto tensional que apura las fronteras ficcionales. Por último, la interpretación dramática del padre. Efectivamente, éste mira a la cámara interpelando al espectador, haciéndole partícipe de su suspense particular y convirtiendo a dicho suspense en el propio de la escena narrativa. Incluso la voz de este padre, escasa a lo largo del fragmento, abre expectativas ("tal vez") que serán afirmadas o desmentidas por el desarrollo de la historia.

He aquí, pues, que todos estos elementos citados -por no realizar una minuciosa descripción del conjunto- construyen su significación

a partir de una notable paradoja: utilización de todos los recursos del dispositivo verosímil incluyendo el efecto de real (determinación de la posición del espectador, de su trayecto, a lo largo de lo narrado) para, acto seguido, trascenderlos merced a un efecto de drama real. Dicho con otras palabras: arrancar de una ficcionalización de la noticia por medio de una cuidada disposición de todas las instancias narrativas para desdecir en seguida el efecto de realidad conseguido e imponerle un *efecto de verdad* que impone su percepción en un orden discursivo distinto.

La verdad y lo verosímil

Ahora bien ¿de dónde procede esta sensación crispante de verdad y no de verosimilitud? Sin duda, de un engaño, de un truco del discurso. Sabemos que uno de los hallazgos mayores del cine clásico fue la recuparación en el interior de su discurso de la verosimilitud de la novela decimonónica. Pero, junto a ello, también de la delimitación rigurosa del lugar (o, mejor, los lugares) que ocupa el espectador. Desplazándose permanentemente por los distintos puntos de vista que se actualizan en la escena, el espectador clásico cinematográfico conquista una suerte de ubicuidad en el espacio que, al mismo tiempo, lo hace incapaz de percibir las marcas de enunciación, borradas por el contradispositivo del montaje clásico (raccord, orientación, codificación de los signos de puntuación, etc).

Por el contrario, el discurso televisivo instaura desde sus orígenes un procedimiento "técnico" distinto para el conjunto de su emisión (con excepción de los telefilms, por supuesto): el directo. Dominada por la retransmisión en directo, la televisión de los primeros años hubo de conquistar una credibilidad mucho mayor -su misión no era contar historias- y, sobre todo, una más amplia persuasión (1). El di-

recto conseguía, así, convertir en virtud el defecto: de este modo, el mal granulado de la cinta electrónica, la deficiente iluminación, los falsos raccords, los movimientos de cámara no motivados... expresan, precisamente por su no-artística elaboración, una verdad que nace del contacto del acontecimiento con el ojo de la cámara y este encuentro es tanto más perfecto, más creíble, cuanto más azaroso. En el azar es, pues, donde se inscribe este efecto de verdad que genera el dispositivo informativo (y televisivo en general). Y es allí mismo donde se opone la *causalidad* del relato cinematográfico (pero también de la novela clásica) a la *casualidad* del encuentro ojo/acontecimiento en la televisión primitiva y donde, también, se abole toda verosimilitud, todo efecto de real, para imponerse un nuevo efecto: el efecto-verdad.

Y, con todo, el directo tiene muchos riesgos: acontecimiento incontrolado, débil selección de la realidad, dificultad de manipulación en el montaje, etc. El discurso televisivo opta, en consecuencia, por ganar en los dos niveles en los que opera: conservar el efecto de verdad, pero, al mismo tiempo, evitar el azar incontrolado en beneficio de un efecto de reconocimiento del azar por el espectador. Es de este modo como el efecto de directo se impone. Poco importa que el acontecimiento haya ocurrido días u horas antes de su retransmisión, poco importa que se repita su emisión hasta la saciedad, la debilidad artística se torna virtud y el encuentro es en el fondo un simulacro de encuentro.

La paradoja

Estos hechos nos sitúan ya en el corazón del artificio retórico del discurso televisivo: la paradoja. Paradoja que hemos descubierto cuando el informativo, en su más audaz expresión textual -la americana-, introduce los códigos del melodrama para trascenderlos en una

verdad más allá de toda ficción: la realidad apelada y construida como discurso. Pero paradoja también que alcanza a otros factores más relevantes. Porque la televisión representa una superación y una vuelta a lo originario del arte. Superación en la medida en que disuelve en su discurso autorreferencial toda línea separatoria entre arte y mercancía, arte y técnica. Vuelta igualmente, pues consuma un vínculo perimido entre el arte y la retórica.

Y es que el proyecto del discurso televisivo se funda en la paradoja porque se quiere total: hablar de todo, del arte, de la vida, subsumir lo cotidiano en su flujo constante *(stream)*. Pero no sólo hablar de todo, sino -mejor- agotarlo, sustituirlo, evacuarlo incluso: sustituir a la realidad, proponerse como verdad e invadir el espacio otrora ocupado por lo cotidiano, por la corporeidad (2). Véase, si no, una sugerente imagen de esta sustitución en el paso del individuo pluridimensional, construido en el cruce de múltiples actividades (amor, arte, diversión, trabajo...) provistas cada una de ellas de un espacio y un tiempo diferenciado y una alternancia rítmica controlada, siempre contradictoriamente, por él al individuo unidimensional, vértice de un espacio a modo de pantalla que produce diversiones, videojuegos, bailes, arte, y un tiempo siempre económico que permite el salto instantáneo a momentos diversos de los anteriores sin tránsito posible entre ambos. En efecto, el mando a distancia es una metáfora significativa de este hombre: con él todo es accesible a lo largo de veinticuatro horas al día (eje sintagmático) y en infinidad de canales (eje paradigmático). La vida, por tanto, multiplicada por tantos instantes como canales se encuentren disponibles (3). Y es que el problema que la televisión plantea a la cotidianeidad es, en el fondo, un problema topológico, de espacios.

Un ejemplo extraído de los informativos podría ayudar a comprender esta voluntad de totalidad a que nos referíamos. Se trata del

arranque del espacio *Telediario*, si bien la imagen que vamos a comentar es, con ligeras variantes, internacional. Un espacio estelar acaparando la pantalla. Sobre él, el perfil de un globo terráqueo que se desplaza hacia el centro del encuadre. Repentinamente, éste sufre una metamorfosis icónica: su figura se achata y adecúa imperceptiblemente su forma a unas letras que se le superponen. Se trata de las iniciales de Telediario, una T y una D. Pero, acto seguido, estas dos iniciales se desprenden de la esfera sobre la que desplegaban su paternidad para cobrar, ahora, total autonomía. Y ello sucede justo en el instante en que esta figura del mundo sufre una nueva transformación: por un efecto óptico se convierte en Torrespaña, el lugar -lo sabemos- de emisión del programa. Así pues, en este plano que inaugura varias veces al día nuestro contacto con los informativos apreciamos una explícita voluntad: un mundo figurado sobre el que se efectúa simbólicamente una reconversión, las palabras tienen a su cargo -tal y como realizan los iconos en esta presentación- superponerse y dar cuenta de este universo. En otras palabras, sin recato alguno, el discurso se apropia del mundo y expresa su decisión de agotarlo en sus significantes y significados. Ya no se admite exterioridad posible. El forzamiento que se opera sobre este mundo noticiable ha convertido a este último en la plana expresión de un electrodoméstico: la pluridimensionalidad del mundo entra, pues, a ser expresada por la unidimensionalidad de un discurso sometido a una estricta economía del valor-antena.

Dos problemas semióticos

De todo lo expuesto se derivan dos problemas que afectan íntimamente a la semiótica como disciplina obligando a ésta a definir su campo nocional si quiere ser capaz de dar cuenta de este discurso tan

amplio como el televisivo: en primer lugar, la intertextualidad; en segundo, la traducción. Tan sólo señalándolos, diremos que se produce un proceso cada vez más acentuado -y expreso en la televisión- de traductibilidad de todos los discursos en términos rentables de tipo informático. Este hecho -ya señalado en su día por algunos miembros de la escuela de Frankfurt: Adorno, Horkheimer, Marcuse- implica una optimización de la comunicación según el criterio del lenguaje de los ordenadores y plantea un serio problema a la semiótica por su necesidad de explicar el empobrecimiento de las lecturas y los discursos desde la teoría de la traducción intersemiótica. Por lo que respecta a la intertextualidad, ésta había sido uno de los hallazgos conceptuales más importantes de la moderna teoría del texto. Es, por tanto, evidente que la afirmación de que no existe palabra o discurso que no actualice, consciente o inconscientemente, discursos anteriores tiene que ver con la noción de texto en su acepción de escritura (Derrida, Barthes, Bajtin, Kristeva, pero también Freud y Lacan). Ahora bien, el discurso televisivo propone una suerte de suspensión de la intertextualidad por dos motivos complejos: por una parte, el discurso televisivo se presenta como flujo constante, tendente a no acabar jamás y, en consecuencia, dificulta seriamente el encuentro con isotopías textuales que proceden de la clausura del texto; por otra, las innumerables voces que se oyen en el discurso televisivo tienden a arruinar toda operatividad de la intertextualidad, no por inexistente, sino precisamente por su hinchazón. Así se produce la fagocitación de los distintos discursos por el proyecto ambicioso y totalitario de la televisión. Podríamos decir con Adorno que la televisión consuma sarcásticamente el viejo sueño wagneriano de la síntesis de las artes, si no fuéramos demasiado pudorosos en eso del arte e incluyéramos manifestaciones cotidianas.

Y es que para desentrañar estos fenómenos que aquí sólo preten-

demos insinuar es necesario tener en cuenta el gesto semiótico decisivo del discurso televisivo: la autorreferencialidad. Y ésta se consigue al precio de una nueva paradoja: la absoluta fragmentación de los significantes, todos aparentemente clausurados, y la unicidad del discurso, que desmiente la aparente clausura recién enunciada. Esto es, que el flujo televisivo no posee clausura alguna y que la ultrafragmentación de los programas denuncia la cadena que los une a todos ellos. Por esto se ha dicho reiteradas veces que el discurso televisivo por excelencia es el publicitario. No porque la publicidad (los spots) se diseminen a lo largo de la programación, sino porque todo programa es, a su vez y antes que cualquier otra cosa, publicidad del medio. Alcanzamos así la idea de que la publicidad es autopublicidad como la referencialidad se ha tornado autorreferencialidad.

La autorreferencialidad en el telefilm

Hemos definido el gesto del discurso televisivo como la manifestación de lo homogéneo, el lugar de donde la proclamación de lo heterogéneo se convierte en unidireccional, en igual, en uniformidad, como dijera en una ocasión Adorno de la industria cultural y, más tarde, acentuara respecto a la cultura de masas.

Partiremos en esta ocasión del análisis de varios genéricos de telefilms como primer paso hacia la determinación de los niveles autorreferenciales que posee el discurso televisivo en cada una de sus emisiones y ello porque el telefilm parece el más lejano a la esencia del discurso televisivo si por ella entendemos el efecto-verdad señalado anteriormente, la fragmentación caprichosa y la reducción de lo heterogéneo a lo homogéneo.

El primer genérico sometido a examen es el de un episodio titulado *Friends* de la serie *Highway to Heaven*, dirigido, producido e

ideado por Michael Landom. Distingamos en su interior dos grandes momentos:

a) el pregenérico, constituido por una serie de planos que remiten al interior del episodio. Para esta inclusión inicial ha sido necesaria la descontextualización de estas imágenes respecto a su inserción sintagmática en el curso del desarrollo narrativo del telefilm. Sin embargo, se trata de una breve sucesión de cuatro planos que introducen en su cruce: por una parte, a los protagonistas y al rasgo cómico que -como sabemos- está llamado a marcar inflexiones en el trayecto melodramático *light* que Landom imprime a su film. Por otra parte, la presentación sintética del héroe fisurado (copia degradada, pastiche, del melodrama hollywoodense, no sólo Kitsch, pues este último ya lo era) bajo las formas de una gordita que descubriremos en seguida devorando pasteles a mansalva. Por último, presencia de un héroe conflictivo en colisión con el verdadero y sempiterno protagonista de la serie, el mismísimo Landom (dos planos en este caso).

Ateniéndonos a la planificación de este pregenérico y dejando de lado en esta ocasión la lightización (permítasenos la palabreja) del melodrama clásico cinematográfico, podemos sin esfuerzo alguno comprobar de qué modo la máxima fragmentación de las imágenes, su descontextualización, cobra un solo y único punto de referencia perfectamente uniformado. Y no sólo porque las estructuras narrativas sean de todo punto reconocibles, previsibles, sino sobre todo porque esos cuatro planos poseen una referencialidad que actúa como autorreferencial remitiendo al interior del episodio y publicitándolo. O, dicho con otras palabras, sustituyendo al trailer cinematográfico que

publicitaba el film en las salas por una inclusión pegada a la cinta de emisión. De este modo, lo que en el cine clásico se desgajaba del film separando la función publicitaria de la ficcional, aquí se muestra unido sin elipsis posible.

b) el genérico, que designa la marca de fábrica, la identificación del producto y el efecto repetitivo de su reconocimiento por el espectador. Lo que en el cine clásico hollywoodense era suma de una marca de la productora (económica, por tanto) y marca artística (véanse, como ejemplo, los creativos genéricos de Saul Bass para los films de Hitchcock) se ha convertido aquí en efecto de reconocimiento de lo siempre igual, de lo fosilizado. El genérico remite, pues, no al capítulo, sino a la serie en su conjunto.

Pero he aquí que *Highway to Heaven* propone de modo más directo una dimensión sincrónica de la serialidad. En efecto, pues el genérico representa -junto a la reconocible música- el cruce entre dos fenómenos: por una parte, de la corporeización en proceso del protagonista -un "angelito" de cornisa- (nubes, ascenso al cielo, asimilación del este camino con una autopista, una carretera, avalada por el título, descenso a la tierra); corporeización sumamente densa que representa al protagonista como auténtico mesías mediante una planificación cuidadosa: carácter enigmático del héroe que se perfila entre unas brumas que recordando el plano celeste anterior por contagio, sombra del mismo que indica el proceso de su desdoblamiento (de ángel a hombre) y, por último su transformación en cuerpo. Por otra parte, referencia trasformada al encuentro entre la pareja de protagonistas que tuviera lugar en el primer episodio de la serie. De este modo, se logra una síntesis entre el gesto poético-ideológico del tele-

film y su dimensión diegética global (no limitada al capítulo de la emisión) y, por ende, se extiende aquél al conjunto de ésta.

Examinemos ahora otro caso particular de autorreferencialidad en la que convergen de modo algo diferente los dos niveles enunciados poco más arriba. Nos referimos al arranque de *Remington Steele* en su episodio titulado *To stop a Steel.*

a) Llama la atención en este caso el carácter más dilatado, prolijo, del pregenérico que, con todo, obedece a idéntico objetivo. Sin embargo, se advierte una divergencia respecto al caso analizado con anterioridad. Nos referimos a la incrustación de niveles mínimos de contigüidad entre los planos de una misma secuencia. En suma, a la aparición de una continuidad (o respecto, si se prefiere, de la continuidad que adquirirán las imágenes en la sucesión sintagmática) entre los planos con la presencia de "raccords". Así, los cuatro planos sintéticos de *Highway to Heaven,* dislocados en la narración del episodio (a excepción de un engarce), son sustituidos por una relación plano/contraplano, campo/contracampo, raccords en el movimiento, etc. que, si bien de modo escaso, demuestran que la referencialidad respecto al episodio es susceptible de adoptar tendencias hacia el sintagma o hacia el paradigma, tal y como ocurre en todo otro tipo de discursos. Y no por ello se conculca el sistema de fragmentación -intercambiabilidad de los bloques, no de los planos- respecto al conjunto.
b) El genérico representa una estructura semejante al analizado con anterioridad. Empero, la fuerte carga metafórica y sintética de *Highway to Heaven* se torna aquí diegética y narrativa. Y ello a partir de dos recursos de puesta en escena o de

> montaje en último análisis: por una parte, la utilización de congelados de imágenes que ofrecen una visibilidad enunciativa y desautomatizadora mayor a la banda-imagen. Por otra -y se trata de un procedimiento de mayor importancia-, la presencia de una voz en off del narrador -la protagonista de la serie- que relata el origen de la ficción y las razones que han configurado el estado de cosas del que arranca el presente episodio (o cualquiera de ellos). Y ello se consigue mediante una interpelación al interlocutor privado de la palabra ("¡A ver qué les parece...! (...) Verán...").

A la luz de lo expuesto, podemos comprender que los mecanismos retóricos del telefilm vacilan (y sus genéricos lo expresan ya emblemáticamente) entre una tendencia al orden de lo metafórico (eje del paradigma jakobsoniano) o hacia el de la metonimia (eje del sintagma). Pero que por encima de estos dos mecanismos subyace un único recurso profundo de la serialidad: el reconocimiento en la repetición, la redundancia y la autorreferencialidad. Incluso la edificación de todo aquello que el cine situaba en el exterior del texto (en el reino de la publicidad: fotogramas, trailers...) en el interior del telefilm, cuyas raíces -lo hemos visto- se hunden no ya sólo en el episodio, sino en la serie que puede durar varios meses, incorporando de algún modo -o casi literalmente- a este dispositivo autorreferencial, publicitario, todos los programas o emisiones que medien entre uno y otro capítulo.

Pasemos ahora a un modelo distinto de los anteriores; modelo que se incluye en el llamado soap opera y que algunos han denominado con mayor precisión, para separarlo de su origen radiofónico y los escasos presupuestos y reducido mercado del soap televisivo, la telenovela transnacionalizada. Se trata del genérico de *Falcon Crest* en

su primer episodio desde la nueva emisión de la serie en España, hace apenas unos días. Las características de sucesión, por laxa que sea, entre episodios supone en este caso una reconsideración de los fenómenos de fragmentación, serialidad, repetición y autorreferencialidad que no competen a nuestro trabajo actual si no en la medida en que aparecen reflejados en el dispositivo del genérico.

a) El pregenérico de este episodio posee una peculiaridad respecto a los telefilms anteriores: su incorporación por suma y sin mecanismos de segmentación ni puntuación alguno de aquellas imágenes cuya referencia es la serie en sus anteriores emisiones (función de recuerdo de los últimos y turbulentos avatares de la familia) y los planos descontextualizados que hallarán su lugar exacto en el curso del presente capítulo. Ello sugiere consecuencias semióticas de notable importancia: pues la descontextualización puede ser -lo expuesto parece demostrarlo- retrospectiva y no sólo anticipatoria. Además, no se trata aquí de historiar el origen de la serie, los conflictos de su nacimiento, sino de recordar al espectador que se supone al corriente de la misma, despreciando a aquél -si lo hubiere- que desconoce los acontecimientos. Pero además el hecho de equilibrar todos los planos del comienzo independientemente de su procedencia anterior o posterior o, en otras palabras, su indiferencia hacia la contextualización sintagmática, refleja algo fundamental: la fragmentación existe de por sí y si iguala la procedencia temporal de los acontecimientos es porque, en el fondo, neutraliza estos planos en el orden del discurso y, en consecuencia, utiliza la fragmentación sólo como mecanismo previo para una ulterior homogeneización, unificación en el espacio de la serie (no ya

del telefilm) en el que todo es igual (en términos de planificación) a sí mismo y en donde la articulación jerárquica e incluso la otredad no son permitidas.

b) Hay, con todo, en el curso del genérico una notable superposición de imágenes que denota la conciencia en términos de montaje del procedimiento escogido. Tras la marca publicística más sólida que pueda situarse (el sello de la casa: Falcon Crest) y adoptando idéntico reencuadre, se suceden planos de los principales protagonistas de la serie (todos ellos con un gesto típico y tipificado que da cuenta de estos individuos nada pregnantes, nada corpóreos, más bien estereotipados) acompañados de un fondo diegético. Pero en el exterior de estos reencuadres se distinguen planos absolutamente contradictorios a nivel de su puesta en escena respecto a los anteriores. Nos referimos a espectaculares travellings en helicóptero o grúa que van barriendo las distintas posesiones por las que pugnan los personajes de Falcon Crest y, además, cada una de estas imágenes exteriores al reencuadre mantiene con los personajes reencuadrados una relación que configura la isotopía fundamental del texto *Falcon Crest*, la posesión. Pues, al menos en el caso de los personajes centrales, sus figuras diegetizadas por el pequeño borde del reencuadre aparecen en relación con todo aquello que poseen: El Globe (Lange), viñedos (Chase, Melissa), hipódromo (R. Channing), etc.

Hay, por otra parte, un sustancial contraste entre esta espectacular puesta en escena de grandes vistas y el conjunto de la planificación restante de los episodios, basada en la más reduccionista forma de puesta en escena del cine clásico hollywoodense (escenas de interior, dialogadas, articuladas en una cansina alternancia de planos/

contraplanos, sin apenas trabajo de montaje, a diferencia de, por ejemplo, *Der Fahnder*, telefilm que ostenta y señala discursivamente su marca europea para diferenciarse del modelo americano a partir de una cuidada y hasta cierto punto imprevisible movilidad de la cámara, elipsis entre los planos, etc.)

Coda

En conclusión, hemos analizado algunos de los mecanismos de autorreferencialidad que caracterizan al discurso de telefilm a partir de sus genéricos, trabajo de diferenciación en el modelo hollywoodense que sirve de base al montaje de dichos espacios y aquí un rasgo todavía más de neutralización. Ello se ha materializado, en formas diversas, en una primera autorreferencialidad del episodio hacia sí mismo; en segundo, una autorreferencialidad que incluye a todas las demás y les imprime su sello tan indefectible como autoritario. Pues los telefilms están continuamente segmentados en su interior por espacios vacíos que sólo la publicidad puede llenar (4). Incluso podría afirmarse que el telefilm sólo actúa como excusa para la irrupción de dicha publicidad. Y, sin embargo, no hay contradicción entre los términos, puesto que también el telefilm es publicidad, pero publicidad del medio que lo incorpora y lo fragmenta, publicidad en última instancia de la propia televisión. Y es aquí donde alcanzamos esta autorreferencialidad que incluye a todas las demás y les da sentido: la autorreferencialidad de la propia televisión en donde precisamente, la fragmentación extrema -lo veíamos al comienzo- genera la homogeneidad máxima de un discurso jamás clausurado, abierto con sus fauces al mundo que, por su presencia y su emisión, se coloca más cerca y más lejos paradójicamente de nosotros mismos, eliminando la corporeidad, disolviendo la palabra y la imagen como signo y devolvién-

donos otra que ya no invierte la del mundo, ya no la falsifica, antes por el contrario, constituye la única realidad.

NOTAS

1) Recuérdese, por ejemplo, que incluso la publicidad se emitía en directo. Un caso cómico de los riesgos que ello entrañaba lo constituye el spot de cigarrillos *Camel* presentado por el actor Ralph Bellamy. Cuando éste debía saborear el humo del tabaco y volverlo a expulsar, un ataque de tos dio al traste con el empeño publicitario.

2) Véase el trabajo de Jesús G. Requena "Un mundo descorporeizado", *Contracampo*, Madrid/Valencia, 1985.

3) El hecho significativo es que la televisión expresa con singular crudeza, pero no agota, la vida de los signos en nuestra modernidad. De este modo, figuras tales como la *accesibilidad*, el adelantamiento de los signos a su fruición (estos se dan ya fruidos evitando esfuerzo alguno de lectura, pero, al mismo tiempo, neutralizando toda posible pluralidad de lecturas), la *obscenidad* o necesidad de representarlo todo evitando el juego, la seducción, el secreto, la otredad, la nueva conexión casi ininterrumpida del sujeto con los objetos que neutraliza toda capacidad de simbolización, sumiendo al sujeto en una suerte de estado psicótico, así como otros fenómenos que no es el momento de referir, pertenecen a un espacio más amplio que el televisivo (publicidad, intercambio amoroso, moda, etc.)

4) Es significativo que mientras las voces intelectuales se levantan incansables contra los cortes e interrupciones que provoca la publicidad en la emisión de largometrajes cinematográficos, nadie haya puesto jamás en tela de juicio la necesidad de fragmentar los telefilms. ¿No se trata de un hecho significativo?