

Escrito desde una perspectiva no antropocéntrica que va más allá de los alcances de la sociosemiótica, el libro propone claves para repensar la contemporaneidad. Representa una mirada a la vez distinta y complementaria que amplía el registro teórico sobre el concepto *post* a través de una apropiación específica de la categoría "contemporáneo". Es una visión renovada de los factores de producción de sentido en las mediatizaciones durante la compleja transición mediática y cultural. Es una invitación a debatir sobre la relación entre la evolución de la narratividad televisiva y de YouTube hacia el universo *broadcast* y la crisis sistémica de los tradicionales medios masivos, manteniendo una distancia prudencial tanto de las perspectivas tempranamente adoptadas sobre la convergencia de medios, como de las ingenuas descripciones del fenómeno *amateur*. Una lectura crítica de un escenario caracterizado por nuevos operadores que inciden en la producción y circulación de las expresiones artísticas contemporáneas, y por el complejo proceso de convergencia y divergencia entre nuevas y tradicionales formas de mediatización. Un abordaje de la contemporaneidad más allá de los cánones teóricos.

#### MARIO CARLÓN

Doctor en Ciencias Sociales por la Universidad de Buenos Aires. Licenciado en Historia del Arte por la Universidad Nacional de La Plata. Investigador del Instituto Gino Germani de la Facultad de Ciencias Sociales de la Universidad de Buenos Aires, donde tiene radicado el Proyecto de Investigación Ubacyt "Lo contemporáneo en la política, las artes y los medios". Fue Presidente de AsAECA (Asociación Argentina de Estudios sobre Cine y Audiovisual, 2013-2015). Entre otros libros ha publicado: junto a Yvana Fachine, *O fim da televisão* (Confraria do Vento, 2014); en colaboración con Carlos A. Scolari, *El fin de los medios masivos. El debate continúa* (La Crujía, 2014) y *Colaborarte. Medios y arte en la era de la producción colaborativa* (La Crujía, 2012); con Antonio Fausto Neto, *Las políticas de los internautas. Nuevas formas de participación* (La Crujía, 2012). También ha publicado *De lo cinematográfico a lo televisivo. Metatelevisión, lenguaje y temporalidad* (traducido al portugués en 2012 por la Universidad do Vale do Rio dos Sinos, Brasil) y *Sobre lo televisivo: dispositivos, discursos y sujetos* (La Crujía, 2004).

lcrj'  
LA CRUJÍA



Mario Carlón

Después del fin

MARIO CARLÓN

# Después del fin

Una perspectiva no antropocéntrica  
sobre la post-tv, el post-cine y youtube

lcrj' futuribles

Carlón, Mario

Después del fin : una perspectiva no antropocéntrica sobre la post-tv, el post-cine y youtube / Mario Carlón. - 1a ed. - Ciudad Autónoma de Buenos Aires : La Crujía, 2016.

176 p. ; 20 x 14 cm. - (Futuribles / Igarza, Roberto )

ISBN 978-987-601-246-1

I. Comunicación. I. Título.  
CDD 384

Director de la colección Futuribles: Roberto Igarza

Primera edición: enero de 2016

© La Crujía Ediciones

E-mail: editorial@lacrujialibros.com.ar

www.lacrujiaediciones.com.ar

Diseño de interior y tapa: Equipo editorial

Corrección: Equipo Editorial

Queda expresamente prohibida, sin la autorización escrita de los titulares del copyright, bajo las sanciones establecidas en las leyes, la reproducción parcial o total de la obra por cualquier medio o procedimiento, comprendiendo la reprografía y el tratamiento informático.

Queda hecho el depósito que previene la ley 11.723.  
Impreso en Argentina. Printed in Argentine.

ISBN: 978-987-601-246-1

## Índice

### Introducción

El marco teórico: una perspectiva no  
antropocéntrica de la mediatización .....9

Mediatización de la figura presidencial en la  
Argentina de la democracia: de los marcos  
institucionales a la intemperie .....39

Entre el cine y la televisión.  
Interdiscursividad *antes* de la transmediatización  
en las series americanas de televisión. ....55

Una reflexión sobre los debates  
anglosajón y latinoamericano sobre  
el *fin de la televisión*.....77

Educación audiovisual entre el  
“fin de los medios masivos”  
y la emergencia de los “nuevos medios” .....99

Contrato fundacional, poder y mediatización:  
noticias desde el frente sobre la invasión a *Youtube*,  
campamento de los bárbaros .....125

Ataque a los poderes, medios “convergentes”  
y giro antropocéntrico: el nuevo escenario  
con base en Internet .....147

# Una reflexión sobre los debates anglosajón y latinoamericano sobre el *fin de la televisión*

## Introducción

En “Los medios en la era post-masiva”, Prólogo de *El fin de los medios masivos. El comienzo de un debate*, sostuvimos con Carlos A. Scolari que nos encontramos en el final de una era: “El siglo XX quedará en la historia como la gran época de los medios masivos, aquella en que reinaron prácticamente sin competencias y lograron una inserción única, influyendo en todos los aspectos que hacen a la vida social” (Carlón y Scolari, 2009: 11). En ese libro, a partir de un análisis que presentaba su actualidad retomábamos, junto a otros autores, un debate que tenía antecedentes, ya que ensayistas como Alvin Toffler (1981 [1980]: 161-182) habían presagiado la decadencia de los medios masivos a inicios de los ochenta en capítulos como “Desmasificando los medios de comunicación”<sup>59</sup>.

<sup>59</sup> Toffler (1981 [1980]) consideraba que los medios masivos, productos de la segunda ola (que, simplificando, podemos asociar a la Revolución Industrial), al distribuir e “inyectar” una imaginería estabilizada en la “mente de la masa”, produjeron una “uniformización de comportamiento requerida por el sistema industrial de producción” (163). Y, que en el momento en que él escribe, “la tercera ola está alterando drásticamente todo esto”. Se debe a que los medios masivos “están siendo derrotados en muchos frentes a la vez por lo que llama ‘los medios de comunicación desmasificados’” (164).



Si dejamos por un momento de lado la discusión general sobre el conjunto de los medios masivos (cuestión clave de estos últimos años a la que más tarde volveremos), y nos concentramos en el debate sobre el *fin de la televisión*, hay un hecho que no nos deja de llamar la atención: el interés que en este último tiempo ha despertado este tema tanto en América Latina (a partir del volumen que coordinamos con Scolari) como en el primer mundo (como se constata con escritos como "The end of television?" de Elihu Katz, 2009). Son hechos que nos hacen pensar que ese proceso, iniciado hace algunos años, parece más verosímil hoy. La pregunta es *por qué*.

En lo que sigue, nos proponemos examinar nuevamente la situación de la televisión. Es un examen que nos obligará a actualizar ese debate a la luz de los diálogos producidos hacia la misma época en el ámbito anglosajón y de los cambios que en estos años se han presentado en el escenario mediático y social. Y que nos llevará a interrogarnos, especialmente, por las situaciones particulares que el diagnóstico general sobre el "fin de la televisión" presenta en ciertos países de América Latina, a partir de distintas publicaciones que se han realizado en estos últimos años y de conversaciones sostenidas en foros en los que pudimos dialogar con colegas en las ciudades São Paulo y Guadalajara en 2011<sup>60</sup>.

<sup>60</sup> Por ejemplo, en el III Encontro Obitel Nacional Dos Pesquisadores de Ficção Televisiva no Brasil, "Ficção televisiva transmediática no Brasil: plataformas, convergência, comunidades virtuais", realizado en São Paulo (Brasil) los días 21 y 22 de noviembre de 2011, organizado por María Immacolata Vasallo de Lópes; y en el Foro Internacional sobre Televisión "Tvmorfosis. Hacia una sociedad de redes", organizado por Canal 44 Operadora de Televisión Abierta de la Universidad de Guadalajara, los días 2 y 3 de diciembre de 2011 en Guadalajara (México), coordinado por Guillermo Orozco Gómez.

## El fin de la televisión: ¿diferentes diagnósticos sobre el desarrollo de los procesos de mediatización televisiva o distintas interpretaciones a partir de un mismo diagnóstico general?

Si consideramos dos debates, el desarrollado en el ámbito anglosajón y el que se dio en el capítulo "El fin de la televisión" (Carlón y Scolari, 2009), no parece imposible confeccionar, a partir de las posiciones sostenidas por distintos autores, dos listas. En una de ellas, podemos situar a quienes consideran que la televisión *no está muerta ni muriendo*, como Toby Miller (2009) y John Ellis (2004). En la otra, podemos incluirnos quienes creemos que *cierta televisión está muriendo* (Verón, Katz, Carlón – todos con textos publicados en 2009). A esta última lista, podemos sumar a Alejandro Piscitelli (1998), quien venía planteando su posición desde antes (el aporte de Carlos A. Scolari, que presenta su singularidad, será comentado hacia el final).

Pero, lo que nos interesa de momento, más que la confección de esas dos listas, es otra cuestión. Que la distinción habilita en relación a la televisión la formulación de la siguiente pregunta: las posiciones enfrentadas, ¿son consecuencia de que *conceptuamos de modo diferente a la televisión y a la historia de la mediatización (en otros términos, de que hablamos de objetos distintos y de distintas historias) o de que hay interpretaciones distintas a partir de procesos históricos en los que estamos de acuerdo?*

Responder esta pregunta no es tarea sencilla de llevar a cabo, porque los autores nombrados partimos de distintas perspectivas teóricas (por ejemplo, algunos se inscriben claramente en el campo de los estudios culturales, otros en una remozada perspectiva mcluhaniana o en la consolidada "semiótica de medios" de América Latina) e, incluso, de distintas posiciones respecto a la cultura de nuestra época (unos son más abiertamente modernos y otros posmodernos). Pero el grado de dificultad no debería constituir un impedimento; máxime si estamos convencidos de que el esfuerzo a realizar puede brindar resultados esclarecedores sobre el tema que nos ocupa. Es más: aunque la concreción de esa empresa nos entregue, casi inevitablemente, un panorama esquemático, confiamos en que nos brindará, finalmente, un interesante fresco de la situación.

Si la realización de esa tarea nos permite, hacia al final de este capítulo, arribar a una nueva síntesis, que nos permita pensar desde otro lugar las posiciones asumidas en su riqueza y complejidad, nos sentiremos satisfechos.

### El debate anglosajón: ¿la televisión está *muriendo* o entrando en una nueva fase?

Dos palabras, para comenzar, sobre el debate anglosajón tal como lo sintetiza Elihu Katz (2009), que como ofrece posiciones nítidamente polarizadas presenta la ventaja de que nos permite ordenar mejor el campo y, por ende, la exposición que pretendemos desarrollar. La televisión que conocimos entre los sesenta y los setenta *está muriendo*, dice Katz<sup>61</sup>. Esa televisión que interpelaba a la vez a la nación y a la familia ya no es la actual, está dejándole espacio a otra de cientos de canales, que transmite a "nichos", portable, que es parte de un sistema integrado a Internet y otros nuevos medios. Una televisión en la que, exagerando, no hay dos personas viendo el mismo programa a la vez. Es una televisión que se ve afectada por cambios tecnológicos y en el contacto. Y esos cambios se vieron acompañados por el colapso de la regulación pública en medio de un vertiginoso (y embrollado) cambio tecnológico, que, además, fue simultáneo de un cambio en la opinión pública, que se manifestó en contra de los profesionales que declaman saber, mejor que nosotros, lo que es bueno para nosotros.

Del otro, lado autores como John Ellis (2004) y Toby Miller (2009) sostienen que *la televisión no está muerta ni muriendo, sino entrando en una nueva fase*<sup>62</sup>. Según Ellis, en la primera fase (de los cincuenta a los ochenta) los televidentes conocieron una televisión de la "esca- sez" en la que sus opciones de elección estaban limitadas a pocos

<sup>61</sup> "Is television really dying? For the television some of us knew in the 1960s and 1970s, the answer is yes" (Katz, 2009: 7).

<sup>62</sup> Así lo expresa Toby Miller (2009): "O alcance da televisão está aumentando, a sua flexibilidade está se desenvolvendo, a sua popularidade está crescendo; e a sua capacidade de influenciar e incorporar mídias mais antigas e mais novas é indiscutível. A TV não está morta, ela está mudando" (24).

canales de aire que transmitían a familias sentadas alrededor de una chimenea como una nación alrededor de una fogata. En la segunda, hubo una televisión de la abundancia, en la que reinó la competencia entre el satélite y el cable, la oferta se expandió y cada hogar tuvo su aparato de televisión. Y ahora nos encontramos, finalmente, en una situación de infinitas opciones en la que podemos ver lo que deseamos, cuando lo deseamos (en tiempo real o con *delay*), donde lo deseamos (en una variedad de pantallas, teléfonos, *websites*).

El rico debate que acabamos de presentar sucintamente – sobre el que volveremos – nos produce un extraño efecto: que termina en un "punto muerto". Decimos esto porque nos brinda la impresión, incluso aunque estamos de acuerdo con el diagnóstico de Katz, que debido a una serie de acuerdos, implícitos y explícitos, existentes entre ambos análisis, finalmente todo parece resolverse en un gesto "interpretativo" porque pareciera que así como cada uno tomó una determinada posición no hubiera sido imposible que adoptara la contraria. Con la intención de ver si podemos dar un salto que nos permita salir de algún modo de este atolladero, pasamos a retomar el debate latinoamericano sobre el fin de la televisión.

### El debate en América Latina: cuando el consumo se despegue de la oferta. Causas y efectos

Al margen de los planteos presentados por Alejandro Piscitelli (1995, 1998), que tempranamente llamó la atención acerca de una posible crisis del *broadcast*, el debate en América Latina estuvo impulsado claramente por Eliseo Verón (2009), quien en "El fin de la historia de un mueble" sintetizó sus intervenciones. El diagnóstico de Verón se centra principalmente en tres ejes: el fin de la programación, la crisis de la televisión como medio y el nuevo rol del espectador. Detengámonos un momento en estos temas, que encuentran puntos de contacto con los privilegiados en el debate llevado a cabo en el ámbito anglosajón.

La tesis de Verón, quien como una significativa cantidad de autores latinoamericanos retoma la periodización presentada en "Tv:

la transparencia perdida" por Umberto Eco (1994 [1983]) sostiene que, pasada la Paleo TV y la Neo TV, nos encontramos en una tercera etapa. Si durante la Paleo TV la Institución Emisora se ocupó del "mundo exterior" (la televisión como "ventana abierta al mundo", como había postulado Eco) y durante la Neo TV la atención recayó en la televisión en sí misma y en el vínculo con el sujeto espectador<sup>63</sup>, en la tercera etapa, de *crisis de la Institución Emisora, el poder recae en el espectador*. Esto se debe a que "la videocasetera, el control remoto, la pre-programación, fueron creando una distancia creciente entre el tiempo de la oferta y el tiempo del consumo" (Verón, 2009: 245). Esa distancia es la que desencadena, finalmente, la *crisis de la programación* (que no es otra que la crisis de la "grilla" de programación): los sujetos ya no tienen que ver los programas cuando la televisión los emite. Pueden, cada vez más, verlos despegados de la instancia de la emisión. Y explica también por qué *la televisión tiene cada vez más problemas para programar la vida social*.

No es difícil comparar la periodización que acabamos de reseñar con los temas centrales del debate anglosajón (hecho que confirmaría que la historia de los medios de comunicación masiva en Occidente presenta, en cierto nivel, un desarrollo global, porque sino: ¿cómo se explican lecturas tan semejantes?). Tanto Eco como Ellis y Katz sitúan el cambio aproximadamente hacia los 80. Vista desde el presente la historia de la televisión hasta esa década a nivel mundial se caracterizó por la "escasez" de la oferta (este hecho es característico de la era de los medios masivos). Si a lo señalado sumamos pocos aparatos receptores en el hogar, que obligaban al "visionado conjunto", comprendemos el poder de la Institución Emisora. En la segunda etapa, principalmente gracias a la televisión por cable, aumenta la oferta (podemos recordar el amargo comentario de Eco sobre este hecho<sup>64</sup>) y en países como Estados Unidos

aumenta la cantidad de aparatos en el hogar (en otros países, este proceso es más lento). En la tercera etapa, tal como la postula Verón, el espectador tiene ya un gran poder: podemos ver lo que deseamos, cuando lo deseamos, etcétera (hecho que observan también Katz y Ellis, aunque Ellis no haga referencia a esta etapa como la final).

En síntesis: la crisis de la televisión se debe a cambios en los dispositivos mediáticos, discursivos, y en las prácticas sociales de producción y recepción discursiva. Y a que se está volviendo cada día más evidente algo que se sospechaba: que en nuestra sociedad, los individuos poseen gustos diferentes y realizan (debido a su pertenencia identitaria a distintos grupos sociales), cada vez que pueden, elecciones diferenciadas (este fenómeno está estallando en los hogares a medida en que las pantallas se multiplican y que cada uno puede elegir qué ver<sup>65</sup>).

Ahora bien, tal como lo acabamos de comprobar, es posible leer la última etapa como una nueva fase, como lo hacen Ellis y Miller, o como el fin de una era, como lo hacemos otros (Katz, Verón, Carlón). Este hecho nos revela lo difícil que es este debate y, a su vez, la pertinencia de la pregunta que nos hemos formulado: las diferentes lecturas ¿son consecuencia de que conceptuamos de modo diferente a la televisión y a la historia de la mediatización o de que hay interpretaciones distintas a partir de procesos históricos en los que estamos de acuerdo? Hacia el final de este capítulo, brindaremos nuestro argumento acerca de *por qué insistimos en que nos encontramos más que en una nueva fase en el final de un período*.

Méliès. Así nos hacemos de cultura. Pero ocurre que para ver un viejo Ford hay que tragarse diez indigeribles bodrios y películas de cuarta categoría. Los viejos lobos de filmoteca todavía saben distinguir, pero en consecuencia sólo buscan en su televisor las películas que ya han visto. De esta manera, la cultura no avanza. Los jóvenes, por otra parte, identifican cualquier película antigua con una de filmoteca. Así su cultura se aminora más. Afortunadamente, aún están los periódicos que ofrecen alguna información. Pero ¿cómo se puede leer periódicos si hay que ver televisión?" (Eco, 1994 [1983]: 220).

<sup>65</sup> Señala Katz que, incluso quienes consideran que la televisión se encuentra en una nueva fase, prefieren hablar de que la televisión pasó de una fase 'colectiva' a otra 'individualista'.

<sup>63</sup> Expresa Eco que la Neo TV "cada vez habla menos (como hacía o fingía hacer la Paleo TV) del mundo exterior. Habla de sí misma y del contacto que está estableciendo con el público" (Eco, 1994 [1983]: 200-201).

<sup>64</sup> "Cuarentones y cincuentones saben qué fatigas, qué búsquedas eran precisas para recuperar en alguna perdida filmoteca una vieja película de Duvivier. Hoy, la magia de la filmoteca está acabada: la Neo TV nos brinda, en una misma noche, un Totó, un Ford de los primeros tiempos y quizás hasta un

Pero, antes de sumergirnos en esa apasionante reflexión queda un importante tema a tratar: ¿cuál es la situación de la televisión actual? Porque, más allá de que consideremos que nos encontramos en el final de una era o en el inicio de un nuevo período, hay algo que debemos reconocer: la televisión sigue. Continúa ofreciendo programas, renovando su programación, etcétera (es decir, haciendo todos los gestos que históricamente la caracterizaron). ¿Pero como sigue? O mejor aún (desde nuestra perspectiva) ¿cómo sigue la televisión después del fin de la televisión?

### Post-TV: estructura planeta-satélites y televisión "expandida". Dos tipos de narrativas transmediáticas

Consideramos que vivimos una situación *post-tv* (Carlón, 2012a). Esta situación no se presenta de modo homogéneo en todos los países. En el próximo ítem, nos ocuparemos de cómo procesar las variaciones que se presentan en distintos países de América Latina. Mientras tanto, veamos por qué hablamos de una situación *post-tv*.

Los síntomas de la situación *post-tv* son varios. Algunos de ellos son generales, como el fenómeno que denominamos "televisión expandida", que afecta a la presencia de la Institución Emisora en el nivel de la mediatización. Otros, como los que se evidencian en el nivel de programación, se manifiestan de modo particular en distintos países. Comencemos por la "televisión expandida".

Llamamos "televisión expandida", ante todo, a un fenómeno derivado de la especificidad televisiva (y de su reconocimiento social): el hecho de que posee un dispositivo y lenguaje propio, la *toma directa*<sup>66</sup>. Podemos aquí empezar a percibir que más allá de las escuelas o

<sup>66</sup> La televisión es un medio, una singular Institución Emisora, que contiene dos dispositivos y lenguajes básicos para enunciar sus discursos: directo y grabado (Carlón, 2004: 83-102; 2006: 119-278). Como lenguaje, el grabado no nació con la televisión, sino que lo hizo en el cine (las mismas operaciones narrativas y de montaje pueden realizarse con el grabado cinematográfico y televisivo, sean sus discursos ficcionales o no). El directo "audiovisual", en cambio, nació con la televisión. Y posee su especificidad, aunque discursivamente sea más

perspectivas teóricas en las que se nos pueda encuadrar, hay diferencias entre distintos autores.

Nuestra perspectiva en este punto se diferencia de la desarrollada por otros, como Katz, que tiende a considerar a los lenguajes y dispositivos tecnológicos; o de aquellas que niegan a los dispositivos y lenguajes incidencia en los procesos de producción y circulación de sentido. Para nosotros, en cambio, la *toma directa*, por ejemplo, es el verdadero dispositivo y lenguaje de la televisión (el que trajo como novedad) y además de una discursividad singular contribuye a crear no sólo un tipo de sujeto espectador específico<sup>67</sup>, sino, también, una experiencia espectral única (la del testigo mediático: aquella por la cual el sujeto deviene testigo de su propia historia en su devenir; Carlón, 2004: 173-199). Este aspecto es tan importante que habilita, a nivel de la mediatización, la situación *post-tv*, que se caracteriza porque la Institución Emisora mantiene su vigencia como programadora de la vida social.

¿Por qué hablamos de "televisión expandida"? Porque si, como sostuvimos en "¿Autopsia a la televisión? Dispositivo y lenguaje en el fin de una era" (Carlón, 2009: 159-187), hay una parte de la televisión que sobrevive después del fin de la televisión, que es capaz de generar transmisiones como a las que Katz hace referencia sin que la Institución Emisora pierda definitivamente su lugar, es la de la toma directa, cuando se articula con determinados acontecimientos sociales relevantes (transmisiones de eventos deportivos, de ceremonias

pobre que el grabado: sólo puede enunciar que lo que está emitiendo en ese momento viene después de lo que emitió antes y antes de lo que va a emitir después (es decir, excepto en los momentos en que trabaja con pantalla partida, cuando puede denotar simultaneidad, sólo enuncia consecución; Carlón, 2006: 119-278). Su especificidad se constata claramente cuando el discurso del directo es sometido a la prueba del *flashforward* (Carlón, 2012b): el discurso del directo televisivo no puede enunciar *flashbacks* ni *flashforwards*, sólo el presente (si enuncia un *flashback* es una transmisión "mixta", y el *flashforward* directamente es imposible en términos materiales).

<sup>67</sup> Su emergencia se debe, sin duda, a necesidades sociales, pero este hecho no implica que su instalación en la vida social no haya cambiado radicalmente la historia de los procesos de mediatización, debido a que la sociedad cambia, es decir, no es la misma, luego de la emergencia de este tipo de dispositivos y lenguajes (básicamente porque adquiere nuevas competencias cognitivas).

políticas o del mundo del espectáculo, etcétera). Estas transmisiones que, en verdad, son los principales discursos masivos que en la historia se han generado, no sólo siguen siendo masivas después del fin de la televisión, sino que, además, *son captadas por los sujetos que las reciben a través otros aparatos mediáticos* (teléfonos celulares, notebooks, etcétera) y *medios* (como Youtube, Terra, etcétera) *en el mismo momento en que la televisión las emite generándose así un escenario de "televisión expandida"* en el que, *al revés del proceso más característico de la situación "fin de la televisión"*, en la que el consumo programa la recepción, *la emisión sigue programando la recepción*. Son transmisiones que nos obligan a reconocer la vigencia del lenguaje de la televisión y de la Institución Emisora en el escenario post-tv y que habilitan, por consiguiente, un tipo específico de "narrativa transmediática"<sup>68</sup>.

<sup>68</sup> Lo que estamos señalando es que cada vez es más evidente que, para realizar análisis fecundos del complejo escenario actual, necesitamos articular la propuesta de Henry Jenkins sobre "narrativas transmediáticas", que tiene el mérito de que se concentra principalmente en el nivel de los contenidos (la convergencia para Jenkins es ante todo de contenidos: "arguiré en contra de la idea de que la convergencia deba concebirse principalmente como un proceso tecnológico... (...) Antes bien la convergencia representa un cambio cultural" (15)), pero tiende a conceptuar a los medios tecnologías, con los conocimientos que a lo largo de los años desarrollamos en el campo de estudios sobre la mediatización (que, a partir de una sofisticada distinción entre tecnologías, medios, lenguajes y dispositivos, cuenta con un poderoso instrumental analítico para dar cuenta de cómo se han constituido, a lo largo de la historia, los sujetos mediáticos). Lo expresado se advierte claramente en el caso que estamos analizando. Para que quede más claro, recordemos que, para Henry Jenkins (2008 [2006]: 101), una "historia transmediática se desarrolla a través de múltiples plataformas mediáticas, y cada nuevo texto hace una contribución específica y valiosa a la totalidad". Las transmisiones en directo no ficcionales, que generan el caso más pleno de "televisión expandida", despliegan discursos transmediáticos singulares debido a las características del lenguaje y el dispositivo del directo (discursos que pasan a través de distintas plataformas y medios) y del tipo de contenido que comunican (eventos de actualidad, dado que en términos informativos no hay nada más actual que una transmisión de un evento en directo) y al hacerlo, *producen múltiples condicionamientos a la circulación*. Así, condicionan los medios a través de los cuales se producen los textos de los sujetos que hacen su "contribución" (por ejemplo, un medio como Twitter, muy ágil, es mucho mejor para comentar lo que sucede en una transmisión en directo que un blog o incluso Facebook) e, incluso, el tipo de publicidad que puede acompañar a dicha transmisión (por ejemplo, en estos discursos pueden tener lugar todavía avisos que se apoyan en estrategias de contacto, del tipo "llame ya", que son mucho menos apropiadas para narraciones transmediáticas en grabado).

Veamos ahora la situación del grabado. Observamos en el trabajo ya citado (Carlón, 2009: 159-187), que es el grabado el que, principalmente, provoca la situación "fin de la televisión", ya que los programas generados en este lenguaje, subidos a la red o grabados en dvds de venta o alquiler legal o ilegal, están a libre disposición de los sujetos para que programen desde la recepción su consumo<sup>69</sup>. ¿Impide este diagnóstico hablar de post-tv en grabado? En cierto nivel no, porque con sus rasgos característicos — como la serialidad, que obliga a desarrollar estrategias específicas en el nivel de la narratividad — exitosos programas televisivos se han diferenciado de los cinematográficos y tienen vida en otros medios y dispositivos. Pero, aunque realicemos este reconocimiento persiste una importante diferencia que nos revela hasta qué punto la situación post-tv que se da con las transmisiones en directo y la que presentan las emisiones de productos grabados son disímiles. O, dicho en otros términos, *por qué directo y grabado habilitan dos tipos diferentes de narraciones transmediáticas*. Para que no queden dudas, veámoslo a través de un ejemplo clave de nuestra época: las series americanas de ficción.

Considerando lo que acabamos de señalar en el capítulo "En el ojo de la convergencia. Los discursos de los usuarios de Facebook durante la transmisión televisiva de la votación por la ley de matrimonio igualitario" (Carlón 2012c: 173-194) entregamos un análisis de un discurso transmediático de este tipo: el trabajo muestra cómo una transmisión en directo de un evento no ficcional era comentada por los espectadores, que realizaban de este modo "contribuciones" específicas y valiosas a la totalidad.

<sup>69</sup> Decíamos entonces: "Lo interesante de detenernos en estos dos dispositivos y lenguajes en la era del fin de la televisión reside en que probablemente termine de advertirse hasta qué punto son diferentes. Si las predicciones son correctas, podríamos decir que el grabado, cuya esencia no es televisiva, va a perecer, se va a sumergir en el fin de la televisión: este probable devenir es uno de los aspectos que provocan hoy los anuncios sobre el fin de la televisión. Cuando se nos dice que "el público va a ser capaz de decidir qué y a quiénes quiere ver, cuándo, cómo y dónde le de la gana" (Pérez Silva), sabemos muy bien de qué se nos habla: de emisiones que pueden descargarse, ya grabadas (lo dice claramente Cerf: "El 85% de todo el material de video que vemos está pregrabado, por lo que uno puede preparar el propio sistema para hacer las oportunas descargas a voluntad"). Si hay una televisión que va a morir, que va a hacer entrar en una crisis definitiva a la programación podemos predecir que es la del grabado, disponible siempre al espectador (porque el grabado es el lenguaje del "cine" — dejemos por un momento de lado la diferencia de soporte material — dentro de la televisión)" (Carlón, 2009: 171).



Como todos sabemos, uno de los principales productos televisivos globales actuales son estas series (*Lost*, *The Sopranos*, *Mad men*, etcétera), que en los últimos años alcanzaron notable reconocimiento académico. Son series tan exitosas que discuten hoy el histórico lugar del cine hollywoodense como proveedor de ficciones globales<sup>70</sup>, y su aceptación nos habla de la vigencia de la televisión. Pero debería aceptarse que *ni siquiera el éxito de estos productos alcanza actualmente para salvar de su decadencia a la Institución Emisora o a la crisis de la programación: consumidas fuertemente bajo otras formas (streaming, dvds de venta ilegal o semi-legal; a través de sitios que los proveen subtítulos, como www.netflix.com, www.cuevanatv, www.movietv.com, www.monsterdivx.com, etcétera), la Institución Emisora se ve en este caso claramente afectada por el proceso de programación de la recepción desde el consumo*. Hecho que presenta al menos dos efectos de considerables consecuencias en la situación "fin de la televisión". La primera es que, en estas nuevas condiciones, es común que el consumo se realice totalmente separado de la publicidad comercial e institucional (aspecto no menor en el diagnóstico de la crisis de los medios masivos). La segunda, que debido a estas circunstancias se hace mucho más difícil que los sujetos registren a los canales o las productoras que realizan estas series, debido a que las condiciones de consumo son totalmente distintas de las de la oferta institucional (en los portales series e institución tienden a aparecer "despegadas" entre sí). Nada de esto acontece en las transmisiones de eventos en directo, en las que *la televisión se mantiene vigente dado que Institución Emisora y la publicidad (comercial e institucional) forman parte, siempre, de la transmisión*. Es por estas razones que, como acabamos de señalarlo, consideramos que estos dispositivos y lenguajes habilitan, como mínimo, dos tipos de "narraciones transmediáticas" diferentes.

Otro síntoma que caracteriza a la situación post-tv, es la *estructura planeta-satélites* (Carlón, Aprea, Fraticelli, Kirccheimer, Slimovich y Albertocco, 2008), un particular tipo de estructuración de la pro-

<sup>70</sup> Habiendo logrado, incluso, más reconocimiento por sus valores creativos que la oferta cinematográfica hollywoodense. Al respecto pueden consultarse *La era del drama en la televisión* (Tous, 2010); *Lostología. Estrategias para entrar y salir de la isla* (Piscitelli, Scolari y Maguregui, 2010) y *Previously on*, disponible para su descarga en <http://fama2.us.es/fco/frame/previouslyon.pdf>.

gramación<sup>71</sup>, diferente de las que históricamente nos ofrecieron la Paleo Tv y la Neo Tv. La estructura planeta-satélites es principalmente consecuencia de la irrupción y la consolidación de las grandes franquicias internacionales en las grillas de televisión de distintos países. Programas como *Gran hermano* (versión de *Big Brother*) son prototípicos de lo que se está señalando. Estos programas se convierten en planetas alrededor de los cuales giran otros, satélites que se ocupan de ellos todo el día. Los programas planetas se caracterizan por su capacidad, aún en las circunstancias actuales, de una televisión en crisis, de ser aún masivos. Debido a que ese éxito es tan singular los demás se ocupan de ellos casi exclusivamente. Pero la configuración planeta-satélites, que a diferencia de lo que sucede en la Paleo TV y la Neo TV nos ofrece la imagen de una grilla fracturada, también enuncia, en muchos sentidos, el fin de la televisión histórica: quienes no se interesan por los programas planetas no se sienten convocados tampoco por los satélites. Los espectadores que no se interesan por *Gran Hermano* menos se sienten atraídos por programas que se ocupan casi exclusivamente de lo que acontece en esas emisiones o alrededor de esa gran franquicia. El centramiento de muchas televisiones locales en algunas franquicias que pueden sostener aún convocatorias masivas – algunos programas de ficción, como telenovelas; o de competencia, como los programas de concursos de baile – es otro modo en que la televisión ha aceptado que ya no puede sostener a través de su grilla de programación contratos semejantes a los de la histórica televisión masiva: *como ya no puede dirigirse a todos, se conforma con interpelar, con algunos programas, a un segmento, generalmente a los fans*. En este caso, el fin de la televisión (de su Institución Emisora) figura claramente en la enunciación de la programación.

<sup>71</sup> Debido a sus características locales, no nos detendremos aquí en otra fractura de la programación que también enuncia, en la Argentina, el "fin de la televisión": la metatelevisión (se reenvía aquí a Carlón, Aprea, Fraticelli, Kirccheimer, Slimovich y Albertocco, 2008).

## Situaciones nacionales. Test para saber si una televisión se encuentra en crisis

Si bien creemos que el diagnóstico *fin de la televisión* es general, no desconocemos que en cada país se viven situaciones diferentes. Por eso, hemos ideado un test que cada uno puede aplicar a su propia televisión, para saber en qué etapa de la vida del medio ese desarrollo se encuentra. Si cada uno de los indicadores que exponemos a continuación manifiesta una dimensión relevante, es porque la situación "fin de la televisión" es más acentuada. Los indicadores son los siguientes: a) penetración de Internet; b) multiplicación de pantallas en el hogar, c) expectación a través de portales o servicios que ofrecen productos audiovisuales (como *Youtube* o *Netflix*)<sup>72</sup> y, d) consumo audiovisual de productos cinematográficos y televisivos a través de dvds (legales e ilegales).

Aclaración: que estemos poniendo el acento en el sistema de mediatización no implica que desconozcamos la importancia del *factor social*, al que consideramos implícitamente incluido en nuestra postulación (en definitiva, en la relevancia de las prácticas sociales es en los que todos estamos de acuerdo; la diferencia, como se advierte claramente en nuestra exposición, se presenta en el modo en que conceptuamos y el valor que le asignamos a la dimensión mediática). Damos por hecho que, como la sociedad se interesa por los productos audiovisuales, siempre que pueda optará por verlos *antes* o *gratis*, como sucede ya en países como Argentina o Estados Unidos a través de Internet, en vez de preferir verlos *después* (cuando los emite la Institución Emisora) o *pagando* (a través del cable). Así, nuestro análisis permite reconocer la situación general de fin de la televisión y procesar, a su vez, las distintas situaciones que en cada país se presentan.

<sup>72</sup> El hecho de que estos factores tengan una fuerte presencia en la Argentina (66% de penetración de Internet; gran oferta, legal e ilegal, de productos audiovisuales; importante presencia de pantallas en el hogar; relevante consumo audiovisual de Internet por distintos portales) es una de las posibles razones que ha llevado a que en nuestro país este debate se haya dado tempranamente con gran intensidad.

## Conclusiones: la importancia de ubicar el debate sobre el fin de la televisión en el diagnóstico sobre el fin de los medios masivos. Nuevas prácticas sociales y nuevo sistema de mediatización.

Para concluir, retomamos la pregunta que nos formulamos anteriormente acerca de si las diferentes posiciones que presentan distintos autores son consecuencia de que conceptuamos de modo diferente a la televisión o se deben a que hay interpretaciones distintas a partir de procesos históricos en los que, básicamente, estamos de acuerdo. Nos resulta evidente, cuando consideramos el debate anglosajón, que la "discusión" que narra Katz tuvo muchos puntos en común con la que se dio en el libro que coordinamos con Carlos A. Scolari. Simplificando groseramente puede decirse que, por ejemplo, el nuevo poder del espectador del que habla Verón figura explícita o implícitamente en las exposiciones de otros autores que participamos del debate latinoamericano, en el análisis de Katz e, incluso, en el de Ellis<sup>73</sup>.

Pero, insistimos, no nos deja de sorprender que estas y otras coincidencias no fueran suficientes para que se produzca un cierto consenso. En este sentido, la constatación de que a partir de diagnósticos "semejantes" se puede llegar a tener posiciones diferentes revela lo difícil y complejo que es el tema que estamos tratando. Es más, parece llevarnos, como señalamos anteriormente, a un "punto muerto" o "callejón sin salida". Y, nos hace preguntarnos: ¿cómo sortear esta situación? Seguramente, cada autor debe tener una respuesta diferente a esta pregunta. Permítasenos presentar la nuestra: a través de un "cambio de escala" que habilite la construcción de *otro punto de vista*.

<sup>73</sup> Y que lo sostenido por distintos autores (Verón, Carlón, Scolari) articula y hasta desborda lo dicho por Katz y Ellis con la diferencia, no menor, de que nadie asumió, en nuestro volumen, la posición de John Ellis o de Toby Miller. Es más, incluso argumentos semejantes a los de Ellis (que hubo una etapa que duró hasta los setenta y los ochenta y, desde entonces, la televisión cambia) fueron utilizados, siguiendo a Eco, por quienes participamos en "El fin de la televisión" para mostrar que ese medio más que haber entrado en una nueva fase ha terminado un ciclo.

Lo que estamos manifestando es que, para comprender qué está sucediendo, es imprescindible considerar la situación "fin de la televisión" en el marco de un proceso más amplio: la crisis de los medios masivos. Desde este punto de vista, *el fin de la televisión es real porque la historia de la televisión no debe ser conceptualizada en sí misma, sino en el marco de una reflexión sobre la evolución del sistema en el cual su discursividad y su apropiación social se encuentra inscrita*<sup>74</sup>. Y ese sistema ha entrado en su fase final porque se ha visto desbordado por la emergencia de un nuevo sistema de mediatización y de prácticas sociales, de características diferentes.

Para que se comprenda mejor esta tesis ubiquemos primero a la emergencia de la televisión en la historia de la mediatización: fue el último gran medio masivo de la historia. Es decir, su aparición vino a completar un sistema, el de los medios masivos (Carlón, 2006: 13-14), que había comenzado con la prensa en el siglo XIX (su antecedente es el libro), siguió con el fonógrafo (dispositivo base de la industria discográfica) y la fotografía (que alcanzó audiencias masivas hacia fines del XIX, cuando comenzó a publicarse en diarios), continuó con el cine y la radio para concluir con la aparición de la televisión. Ese sistema, consecuencia de la Revolución Industrial - ya que los medios masivos son *máquinas* de dicha revolución - había

<sup>74</sup> Presentamos la tesis de la necesidad de pensar a los medios masivos en sistema al inicio de *De lo cinematográfico a lo televisivo. Metatelevisión, lenguaje y temporalidad* (Carlón, 2006: 13-14), cuando aún no habíamos comenzado a reflexionar fuertemente sobre la problemática del "fin" de la televisión en el sentido en que lo empezamos a hacer a partir del 2008 (cuando se realizaron jornadas y encuentros que llevaron finalmente al volumen de 2009). Desde entonces, hemos realizado dos precisiones a esa formulación. Por un lado, dejamos de hablar de *técnicas* y pasar a referirnos a *máquinas* (pasaje conceptual del Sistema Técnico Indicial al Sistema Maquinístico Indicial), reservando así la denominación *técnicas* o *dispositivos técnicos* para los lenguajes pre-mediáticos, como los del Sistema de Bellas Artes, de base artesanal, y la de *máquinas* para el de los medios masivos, resultado de la Revolución Industrial. Por otro lado, consideramos que es necesario poner aún mayor acento en los cambios que producto de la digitalización se producen en la circulación: pasaje de ver una fotografía en una galería de arte o en un libro a descargarla de Google imágenes; de ver un film en una sala a hacerlo a través de un portal, etcétera. El diagnóstico "fin de los medios masivos", desde nuestro punto de vista, afecta tanto a la discursividad como a la circulación.

surgido estableciendo en múltiples niveles una *ruptura* con el sistema precedente (Pre-mediático), de base artesanal (básicamente, el de los lenguajes consagrados en el sistema de Bellas Artes, Shiner, 2004 [2001])<sup>75</sup>, gracias a la difusión generalizada de la *indicialidad* (visual y sonora), la emergencia de nuevas figuras de sujeto<sup>76</sup>, de carácter social y mediático (con otras capacidades cognitivas<sup>77</sup>) y la consolidación de nuevas instituciones y escenas de recepción<sup>78</sup>, que instauraron nuevas condiciones de circulación discursiva. Y funcionó de modo hegemónico hasta el momento actual, en el que un *nuevo sistema de mediatización y prácticas sociales* se está estabilizando y afectando a las principales modalidades de circulación discursiva de la era del sistema de medios masivos (por eso, como lo hemos señalado en múltiples oportunidades a lo largo de estos años, el "fin de los medios masivos" no significa la desaparición absoluta de ninguno de los medios que conformaron ese sistema, sino el fin de un modo de funcionamiento característico de su etapa hegemónica).

<sup>75</sup> Que, históricamente, habían servido de soporte, principalmente, al discurso político y religioso. Esos lenguajes son: escritura, artes escénicas, producción musical en vivo, dibujo, pintura, las técnicas del grabado, etcétera. Ninguno de ellos contiene la *indicialidad* como la pasarían a tener, luego, los nuevos lenguajes visuales (fotografía, cine y televisión) y sonoros (fonógrafo, teléfono y radio - estos últimos lenguajes fueron considerados en sistema por José Luis Fernández, 1994).

<sup>76</sup> Figura clave en la formulación de una teoría del sujeto cinematográfico es Christian Metz (2011 [1977]). Por nuestra parte, intentamos seguir esa perspectiva formulando nuevas figuras de sujeto tras la emergencia de lo televisivo (en Carlón, 2004: 173-199 y 2006: 35-55).

<sup>77</sup> La noción clave que revela las nuevas capacidades del sujeto en el campo estudio de los medios masivos, que fue formulada por Jean-Marie Schaeffer (1990 [1987]) en su estudio sobre la fotografía, es *saber lateral* (que comprende un saber sobre el mundo y un saber sobre el *arché* - acerca del dispositivo maquinístico). El sujeto que luego de la instalación de la fotografía en la vida social distingue una pintura mimética de una fotografía lo hace, principalmente, porque además de poner un juego un saber sobre el mundo (el que le permite, por ejemplo, distinguir una manzana de una naranja) ha incorporado un saber sobre el *arché* (por ejemplo, la *indicialidad*, que en la fotografía viene incorporada al dispositivo).

<sup>78</sup> Consideramos aquí el pasaje de espacios institucionales como el museo, la galería y la sala de conciertos a la sala cinematográfica y el hogar (espacio privilegiado de la recepción radiofónica, musical fonográfica y televisiva).

Este nuevo sistema, que ya ha sido adoptado por la sociedad y que es consecuencia de otra Revolución, la Informática, es *digital* (Manovich, 2006 [2001]; Scolari, 2008) e *hipermediático*<sup>79</sup> (Scolari, 2008). Y, gracias a que tiene base en Internet y habilitó nuevos medios e instituciones (muchas de ellas virtuales), ha generado nuevos modos de producción y apropiación discursiva (en la calle y el hogar). Por eso, está haciendo crujir al sistema anterior. Todo lo cual implica que no sólo la televisión se está viendo actualmente afectada: hoy estamos viviendo la crisis de la fotografía y del cine históricos por la fotografía digital (Rosler (2006 [1992]), Batchen (2004 [1994]), Broeckmann (2006 [2000]) y el cine digital (La Ferla, 2006) y Manovich (2006 [2001]), de los medios de prensa tradicionales por los medios digitales; y observamos, también, la de la industria discográfica (gracias al pasaje de lo analógico a lo digital, la emergencia del MP3 y de los sitios de descarga que permiten compartir archivos, surgidos principalmente a partir del modelo de *Napster*)<sup>80</sup>.

Es, en el marco de este diagnóstico general, en esta era post-media, que debemos conceptualizar el "fin de la televisión", porque *procesos de cambio semejantes a los que está sufriendo la institución televisiva están afectando también, con sus especificidades, a las demás instituciones mediáticas de la era de la comunicación masiva*. Algunos de esos procesos son: la era del espectador oyente/consumidor, que ahora programa su consumo; la crisis de la programación de la vida social desde las instituciones mediáticas (televisiva, discográfica, cinematográfica, etcétera), que ya no pueden restringir la oferta ni programar el consumo del mismo modo en que lo hacían antes y, a nivel discursivo, el "fin de la indiciabilidad", por la expansión irreversible de la digitalización.

<sup>79</sup> La postulación de este sistema hipermediático para pensar la televisión, merced al cual considera a la hipertelevisión "no como una nueva fase de la serie paleo/neotelevisión sino como una particular configuración de la red sociotécnica que rodea al medio televisivo" constituye, desde nuestra perspectiva, el principal aporte de Carlos A. Scolari (2009: 199) al debate que llevamos a cabo en el capítulo "El fin de la televisión".

<sup>80</sup> El poder de la digitalización se evidencia en que no sólo es ya propia de los nuevos medios sino que se ha extendido a los medios históricos (fotografía, cine y televisión digital) poniendo principalmente en *cortocircuito la indiciabilidad* (Carlón, 2012a y 2012c).

Aceptar que este proceso está aconteciendo día a día es clave para comenzar a desarrollar estrategias que nos permitan analizar de forma más fecunda la era en que vivimos, de *convergencia y transmediatización*. De convergencia porque, como observó Henry Jenkins, caído el paradigma digital, que sostenía una concepción *evolutiva* de los medios, se ha vuelto más evidente que "los viejos y los nuevos medios interaccionarán de formas cada vez más complejas" (Jenkins, 2008 [2006]: 17)<sup>81</sup>. Y de transmediatización porque en la era post-media, la histórica distancia que en la era de los medios masivos se sostuvo entre producción y reconocimiento estalló estableciendo un cambio radical en las condiciones de circulación. Pero, también porque necesitamos reconocer que este proceso está aconteciendo para interpretar y narrar un fenómeno más general, que compete a la historia de la mediatización: que *antes que una nueva fase en la historia de cada medio estamos viviendo el fin de una etapa histórica*<sup>82</sup>.

## Bibliografía citada

- Brea, José Luis (2002). *La era postmedia. Acción comunicativa, prácticas (post) artísticas y dispositivos neomediales*. Edición PDF.
- Batchen, Geoffrey (2004). "Ectoplasma. La fotografía en la era digital", en *Efecto real. Debates posmodernos sobre la fotografía*, Jorge Ribalta (ed.). Barcelona: Gustavo Gili.
- Broeckmann, Andreas (2006). "Engage.net: estrategias mediáticas menores para la fotografía en internet", en *Fotografía y activismo*, Marzo Jorge Luis (ed.). Barcelona: Gustavo Gili.

<sup>81</sup> Consideramos que el argumento de Jenkins, esgrimido principalmente frente a la obra de Nicholas Negroponte (1996 [1995]) es consistente. Pero, también que sería un error que el paradigma de la convergencia bloquee el debate sobre la digitalización, sobre el cual, desde nuestro punto de vista, aún queda mucho por decir, dado que, parafraseando a Jenkins, en la era de la convergencia se vuelve cada día más evidente que *lo icónico, lo simbólico, lo indicial y lo digital interaccionan de formas cada vez más complejas*.

<sup>82</sup> En la que los medios masivos, que han perdido su posición hegemónica, no desaparecerán; pero, para sobrevivir, deberán desarrollar, como ya lo están haciendo y distintos estudios lo están mostrando (Carlón, 2012c; Vasallo de Lopes y otros, 2011), estrategias radicalmente diferentes. Tan diferentes que pronto estaremos preguntándonos qué subsiste de los históricos medios masivos.



- Carlón, Mario (2012a). "Tv, educación y ciudadanía. Reflexiones a partir de la carencia de debates presidenciales en la Argentina", en *Televisión* (ed. Jorge La Ferla). Buenos Aires: Ariel/Espacio Fundación Telefónica.
- (2012b). "Televisión, masas y comunicación masiva. De las representaciones históricas a los cambios que se presentan en la nueva etapa de mediatización", Mestman, Mariano y Varela, Mirta (eds.), en *Masas, pueblo, multitud en cine y televisión*. Buenos Aires: Eudeba.
- (2012c). "En el ojo de la convergencia. Los discursos de los usuarios de Facebook durante la transmisión televisiva de la votación de la ley de matrimonio igualitario", en *Las políticas de los internautas. Nuevas formas de participación*, Carlón, Mario y Neto, Antonio Fausto (eds.). Buenos Aires: La Crujía.
- (2006). "Los sujetos telespectadores, ¿son activos o pasivos?" y "De lo cinematográfico a lo televisivo. ¿El fin de una historia?", en *De lo cinematográfico a lo televisivo. Metatelevisión, lenguaje y temporalidad*. Buenos Aires: La Crujía.
- (2004). "Sujetos telespectadores y memoria social", en *Sobre lo televisivo. Dispositivos, discursos y sujetos*. Buenos Aires: La Crujía.
- Carlón, Mario (Director); Aprea, Gustavo; Fraticelli, Damián; Kirccheimer, Mónica; Slimovich, Ana y Albertocco, Sandra, 2008. "Los dos cambios de la televisión argentina actual", Foro Académico Anual de Ciencias de la Comunicación, Buenos Aires, UADE.
- Carlón, Mario y Scolari, Carlos A. (2009). *El fin de los medios masivos. El comienzo de un debate*. Buenos Aires: La Crujía.
- Eco, Umberto (1994). "Tv: la transparencia perdida", en *La estrategia de la ilusión*. Buenos Aires: Lumen.
- Fernández, José Luis (1994). *Los lenguajes de la radio*. Buenos Aires: Atuel.
- Jenkins, Henry (2008). "En busca del unicornio de papel: Matrix y la narración transmediática", en *Convergence cultura. La cultura de la convergencia en los medios de comunicación*. Barcelona: Paidós.
- Katz, Elihu, (2009). "The end of television?" *The annals of the American Academy of Political and Social Science*, 625:6. <http://ann.sagepub.com/content/625/1/6>
- La Ferla, Jorge (2009). *Cine y digital. Aproximaciones a posibles convergencias entre el cinematógrafo y la computadora*. Buenos Aires: Manantial.
- Manovich, Lev, "Cómo se volvieron nuevos los medios", en *El lenguaje de los nuevos medios de comunicación. La imagen en la era digital*, Barcelona, Paidós, 2006.
- Metz, Christian (2011). *El significante imaginario. Psicoanálisis y cine*. Barcelona: Paidós.
- Miller, Toby, (2009) "A televisão acabou, a televisão virou coisa do passado, a televisão já era", en *A TV em transição. Tendências de programação no Brasil e no mundo*, João Freire Filho (ed.). Porto Alegre: Sulina.
- Negroponte, Nicholas (1995). *Ser digital (being digital)*. Buenos Aires: Atlántida.
- Piscitelli, Alejandro (1998). *Post/televisión. Ecología de los medios en la era de internet*. Buenos Aires: Paidós.
- (1995) "Paleo, Neo y Post-televisión", en *La metamorfosis de la tv*, Carmen Gómez Mont (ed.). México: Universidad Iberoamericana.
- Piscitelli, Alejandro; Scolari, Carlos A. y Maguregui, Carina (2010). *Lostología. Estrategias para entrar y salir de la isla*. Buenos Aires: Cinema.
- Prensky, Marc (2001), "Digitals natives, digital immigrants", *On the Horizon*, NCB University Press, Vol. 9 No. 5, October
- Rosler Martha (2006). "Simulaciones de imágenes, manipulaciones por ordenador: algunas consideraciones", en *Fotografía y activismo*, Marzo Jorge Luis (ed.). Barcelona: Gustavo Gili.
- Scolari, Carlos (2009). "This is the end. Las interminables discusiones sobre el fin de la televisión", en *El fin de los medios masivos. El comienzo de un debate*. Buenos Aires: La Crujía.
- (2008) "Hipermediaciones", en *Hipermediaciones. Elementos para una teoría de la comunicación Digital Interactiva*, Barcelona, Paidós, 2008.
- Toffler, Alvin, (1981). "El resurgimiento del prosumidor" y "Desmasificando los medios de comunicación", en *La tercera ola*. Barcelona: Plaza y Janés.
- Tous, Anna (2010). *La era del drama en televisión. Perdidos, CSI: Las Vegas, El ala Oeste de la Casa Blanca, Mujeres desesperadas y House*. Barcelona: UOC.
- Vasallo de Lopes, María Immacolata; María Cristina Palma Mungoli y colaboradores, (2011). "Ficcão televisiva transmediática: temáticas sociais em redes sociais e comunidades virtuais de fãs", en *Ficcão televisiva transmediática no Brasil: plataformas, convergência, comunidades virtuais*, María Immacolata Vassallo de Lopes (ed.). Porto Alegre: Sulina.
- Verón, Eliseo (2012). "La mediatización, ayer y hoy", en *Las políticas de los internautas. Nuevas formas de participación*; Carlón, Mario y Fausto Neto, Antonio (eds.). Buenos Aires: La Crujía.
- (2009), "El fin de la historia de un mueble", en *El fin de los medios masivos. El comienzo de un debate*. Buenos Aires: La Crujía.

- (2007), "Semiótica como sociosemiótica. Entrevista a cura di Carlos A. Scolari", en *Mediamerica. Semiotica e analisi dei media a America Latina*, Carlos A. Scolari y Paolo Bertetti (ed.). Torino: Cartman edizioni.
  - Verón, Eliseo (1995). *Semiosis de lo ideológico y el poder/La mediatización*, Buenos Aires: FFyL (UBA).
  - (1994) "De la imagen semiológica a las discursividades. El tiempo de una fotografía", en *Espacios públicos en imágenes*, Isabel Veyrat-Masson y Daniel Dayan (ed.). Barcelona: Gedisa.
- Youngblood, Gene, *Expanded cinema*, Nueva York, P. Dutton & Co., Inc., 1970.

## Educación audiovisual entre el "fin de los medios masivos" y la emergencia de los "nuevos medios"<sup>83</sup>

### Introducción

En la era de cambios sociales, políticos y mediáticos en que vivimos, la educación en general y la audiovisual en particular enfrentan grandes desafíos. Es evidente que la forma en que es administrada actualmente se ha vuelto insuficiente. La cuestión a debatir es qué tipo de cambios debe implementar.

En este capítulo vamos a presentar una serie de ideas acerca de qué no debería excluir una educación audiovisual en los tiempos que corren. Son reflexiones surgidas como consecuencia de un diagnóstico que partió de la consideración de tres procesos contemporáneos: la crisis de los medios masivos, la emergencia de un nuevo sistema mediatización (con base en la digitalización, que afecta tanto a la representación como a la circulación discursiva audiovisual en el hogar y la ciudad) y la emergencia de nuevos sujetos y prácticas sociales. La perspectiva que pondremos en juego intentará articular dos análisis que generalmente transitan caminos separados: por un lado, el análisis artístico, que se posiciona en producción y privilegia la dimensión productiva de los discursos (recae en nociones como autor, obra, estilo, género, construye cánones, etcétera); por otro, el análisis mediático (es decir, de la mediatización) que se posiciona en reconocimiento y que, a partir de

<sup>83</sup> Publicado en *El cine hace escuela*, Jorge La Ferla (editor). Buenos Aires, Espacio Fundación Telefónica, (2014 [2013]).