

Milly Buonanno

Conceptos
clave para el
story-telling
televisivo.
Calidad,
mediación,
ciudadanía

Profesora de la Universidad de Firenze, Italia.

Dirección: Via di Novella 8, 00199 Roma (IT)

Tel.: (0039) 06 86217366

Fax: (0039) 06 86200153

www.hypercampo.org/ilcampo

E-mail: milly@mclink.it

diálogos
de la comunicación

FICCIÓN DE CALIDAD Y CALIDAD DE LA FICCIÓN

La presente contribución persigue la meta de alcanzar algunos conceptos-clave de la actual discusión mediológica y trata de ponerlos, en algunos casos por primera vez, en relación con el campo de la ficción, o *drama* televisivo.

El concepto de calidad se presta muy bien para constituir el punto de partida, con la condición de utilizarlo de manera metodológicamente correcta. De hecho, una categoría tan controvertida, elusiva y al mismo tiempo intimidatoria como la calidad televisiva, que no se basa -si bien algunos lo pretenden- sobre estándares absolutos y universales, mucho menos sobre cánones de «alta cultura», ni es patrimonio exclusivo de determina-

dos tipos o contenidos para considerarse por este motivo «superiores», no puede ser invocada sin precisar con claridad los niveles y los criterios a los cuales hace referencia.¹

Es por lo tanto necesario presentar inmediatamente una distinción, analítica y substancial, de las maneras entre las que la relación entre calidad y ficción puede ser declinada; los resúmenes en las dos fórmulas «ficción de calidad» por una parte, «calidad de la ficción» por la otra. «Ficción de calidad» es una definición, así como una evaluación, que se aplica a nivel de los productos individuales; requiere establecer preliminarmente el tipo o combinación de los criterios (artístico, técnico-profesionales, temáticos, de la decencia y del gusto, de la popularidad y todo lo demás) que se auto denominan prioritarios, pertinentes y apropiados, o que simplemente son preferidos, o en determinadas circunstancias se quieren imponer; así es que, «ficción de calidad» es cada programa que satisface los criterios preseleccionados. De este tipo de atribución cualitativa no nos ocupamos en esta obra, no porque sea irrelevante para la ficción sino porque, además de constituir el acercamiento más tradicional a la cuestión de la calidad televisiva, corremos el riesgo de caer fácilmente en el camino de las afirmaciones de puro sentido común y de una genérica consensualidad sobre los principios: Nadie se queja sobre la oportunidad de hacer buena ficción (y en general de la buena televisión), y así sea en base a los criterios más disparatados, todos tienen, más o menos buenas intenciones, convencidos de hacerla -normalmente en contra del parecer de los críticos- o cultivan la

veleidad o la aspiración. Establecer qué cosa es «ficción de calidad» termina por ser materia de opinión, de interés, o de imposición de poder cultural.

La «calidad de la ficción», por el contrario, no es propiedad o prerrogativa de este o aquel determinado programa, ni resulta de la suma de más «ficción de calidad». Su nivel de aplicación y de pertinencia es un «constructo prospectivo» que, siguiendo a A. Appadurai² proponemos nombrar como *fictionscape*:

Se puede definir como *fictionscape* al territorio (paisaje) imaginario determinado y desplegado por el conjunto de las historias de ficción ofrecidas y disponibles en un determinado periodo de tiempo (por ejemplo, una temporada televisiva; o inclusive un decenio). En el *fictionscape* confluye y se distribuye, en configuraciones comprimidas o esparcidas, uniformes o heterogéneas, todo lo que ha constituido componente y materia de las historias narradas: lugares, personajes, temas, estructuras de sentimientos y de valores, y así por el estilo. La observación del *fictionscape* nos dice, en resumidas cuentas, qué cosa ha contado la oferta en una temporada o en una cierta época, cómo ha representado el mundo y la sociedad en la cual vivimos, o una específica dimensión social o cultural (géneros, generaciones, estilos de vida, etc...) que estamos interesados en recortar dentro de la totalidad del paisaje de ficción. Naturalmente, el *fictionscape* es el paisaje ofrecido, y no coincide necesariamente con el experimentado/consumado por las audiencias, las cuales recortan a su vez algunos recorridos preferenciales o errantes dentro del territorio; aquellos

que, por ejemplo, ven solamente las novelas, o son aficionados a los policiales o por no aficionados a la celeridad se limitan a ver alguna miniserie, tienen una visión parcial del *fictionscape*.

Como lo define el diccionario y como cada uno de nosotros lo experimenta, un paisaje es «la parte de país, de territorio» que se ofrece a la vista desde un determinado punto de observación. También el *fictionscape*, ofrece a la vista las partes del país, del territorio, de la sociedad que las historias de la ficción han representado para el público televisivo, la «comunidad imaginada»³ que han creado a través de estas representaciones. Es aquí que se instala la cuestión de la «calidad de la ficción», pero antes de enfrentarla hay que ocuparse de su contrario, la Cantidad.

UN FICTIONScape EN EXPANSIÓN: EL CASO ITALIANO

Si cantidad y calidad nos indican innegablemente una pareja de opuestos, se yerra sin embargo en considerarlos como polaridades antagónicas. No se trata solamente de la atracción recíproca entre los extremos, de los cuales nos advierten la experiencia y el sentido común de la vida cotidiana, sino del hecho de que ellos constituyen más propiamente los términos de una relación constante, y no de una irreductible dicotomía. En el caso específico: es el incremento cuantitativo de la producción doméstica que, ensanchando las dimensiones del *fictionscape* italiano, crea las condiciones para una reformulación del concepto y de los criterios de imputación de la calidad de la ficción.

El relanzamiento reciente del *Story-telling* televisivo italiano

puede ser debido a cuatro factores esenciales:

1) La reglamentación jurídica. Una ley aprobada en la primavera de 1998, y adecuada para favorecer el cumplimiento de la directiva europea «televisión sin fronteras», ha establecido por primera vez las cuotas de las ganancias netas que los *broadcaster* están obligados a reinvertir en la producción nacional y europea de ficción y películas: el 20% del canon para la televisión pública, el 10% de la publicidad para la televisión privada. En conjunto, una cifra anual estimada en torno a los 40 millones de euros, para destinar en parte a las películas y a los dibujos animados, pero suficiente para alimentar un volumen de producción de ficción entre las 700 y las 800 horas.

2) Las consecuencias de la innovación tecnológica. El advenimiento de las tecnologías digitales y satelitales no se limita a remodelar los '*television landscapes*', introduciendo una pluralidad de nuevos canales y nuevas modalidades de acceso a la oferta (pay-TV., pay-per-view, Nvod), sino que comporta una redistribución de los mismos contenidos. Las redes temáticas del ambiente multicanal absorben medidas crecientes de los así llamados «contenidos Premium», cine y deporte, sustrayéndolos a las televisiones terrestres que deben sustituirlos con otros géneros apreciados; de aquí la necesidad de recurrir a la ficción y de disponer de ella en amplios volúmenes cuantitativos. Esa misma dirección sustitutiva conlleva también el aumento de los costos de los derechos cinematográficos, debido a la competencia con las pay-TV., y la relativa flexión de la au-

diencia del cine, y en especial del cine americano, en primer plano.

3) La disminución de la conveniencia de las importaciones americanas. También en este caso, como para el cine, juega un doble componente: los costos y los resultados de audiencia. Hoy es menos oneroso adquirir que producir; pero sea el aumento de los costos de producción en la industria estadounidense, o sea la creciente tasa de competición del ambiente multi-canal, convierten las adquisiciones de ficción americana económicamente menos convenientes que en el pasado. A eso se añaden los procesos de empobrecimiento del recurso, en otros términos, la disminuida capacidad de atracción, al menos sobre las mayores audiencias, de los productos USA, los cuales reportan una pérdida de popularidad sobre los mercados internacionales por efecto de la fragmentación distributiva y la segmentación del consumo a nivel del propio mercado interno. Como se observa también en los otros países europeos, el producto USA no resiste el enfrentamiento con el producto doméstico (lo cual no significa que no esté en grado de fidelizar a públicos específicos o de suscitar fenómenos de culto).

4) Finalmente, y más importante, el efecto de la «proximidad cultural»⁴. Se trata de un factor primario de orientación de la demanda y del consumo culturales, según necesidades y placeres de reconocimiento, familiaridad, identidad. En los materiales simbólicos que compiten por el tiempo y la atención de los públicos, estos últimos se buscan sobre todo a sí mismos, vale decir, las costumbres y los estilos de vida, los acentos, los rostros, paisajes,

los caracteres, y todo lo incumbente, pertenecientes al propio mundo social, resonantes dentro de las esferas de la propia experiencia localmente situada. Por lo tanto, los públicos locales tienden a focalizar sus preferencias y su lealtad a los productos domésticos, expresión más que apropiada si es que es verdad que en el nuevo, desorientador espacio global se intensifica «el deseo de estar ‘en casa’»⁵. La gran-cierta que ni automática ni indiscriminada- capacidad de éxito de la ficción nacional con el público nacional europeo se debe en gran parte a este específico factor cultural, que está convirtiendo la ficción doméstica en una fuente televisiva estratégica y un arma muy frecuentemente vencedora, en particular en el estreno, en donde se exige conquistar «la más amplia audiencia posible». Esta realidad, que entre otras cosas confirma la prominente naturaleza de médium local/nacional de la televisión, se hizo más evidente en Italia a partir de la segunda mitad de los años noventa.

Urge subrayar que la expansión del *fictionscape* configura en primer lugar una *gran ocasión narrativa*. Por primera vez en su historia la televisión italiana puede crear, realizar, ofrecer un abundante flujo de narraciones por cientos de horas al año, recuperando de ese modo un papel que ejercitó -pero en dimensiones cuantitativas más reducidas, y con una mirada preferiblemente hacia la literatura y el pasado- en la lejana época (años cincuenta-setenta) de las grandes puestas en escena.⁶

Ocurrió en Italia que, paradójicamente, la voz narrativa de la televisión nacional se debilitó y se redujo justo en el momento en el

cual, a los inicios de los años ochenta, la ficción importada irrumpía en todos los espacios del palimpsesto y se asentaba en las costumbres de consumo y en las preferencias del público. Nos encontramos, hoy como entonces, en una fase de gran transformación del sistema y del panorama televisivo pero esta vez el cambio parece verificarse a la sombra de una reapropiación del papel de la televisión como *central story-telling system*⁷ de la sociedad italiana contemporánea.

LA NARRATIVIZACIÓN DE LA SOCIEDAD

Hay que tomar en serio las historias: son nuestras fábulas y mitos, nuestros *cuENTOS con moraleja*, la ardiente imaginación que bajo su flama, como dijo Walter Benjamin, «calentamos nuestra vida insípida y friolenta» Esto es válido para todos los sistemas y formas de *story-telling*, que se han sucedido y afincado en la historia de las sociedades humanas: sin sustituirse entre ellos, sino que de cuando en cuando redistribuyéndose en torno a un sistema narrativo central que, en la segunda mitad del siglo veinte, se ha realizado y expresado innegablemente en la televisión.

La razón principal por la cual hay que tomar en serio las historias, y en modo particular aquellas creadas y narradas por el contemporáneo «super narrador»⁸ televisivo, es que a través de ellas *la sociedad se representa a sí misma*. Desde el punto de vista de los consumidores/espectadores, se podría decir que las historias de ficción nos hablan *a nosotros*-encuentran (cuando lo logran, se entiende) una voz elocuente y despliegan esa capacidad «táctil»⁹ que las convierte, en cada caso, en «impactantes» -ha-

blando, al mismo tiempo, *de nosotros*-de las experiencias centrales de nuestra vida cotidiana, de nuestra historia y memoria, de nuestro mundo social-. Las historias pueden ser más o menos buenas y eficaces bajo esta perspectiva, más o menos ‘*utilizables*’ (en la definición de Mephram¹⁰ que retomaremos más adelante) por los espectadores; así como los modos de la representación pueden ser realistas o fantásticos, cómicos o dramáticos. Sin embargo hablar acerca de la sociedad, representándola a sí misma, es en todo caso, lo que hacen los sistemas narrativos.

La ficción televisiva es, por lo tanto, una forma de narrativización de la sociedad. Y una vez más hay que recurrir a la dimensión cuantitativa para encontrar las valencias y las implicaciones cualitativas. Alimentando un enorme volumen de producción y de oferta de historias, directamente disponibles y aprovechables en cada momento de la jornada diaria, la televisión ha hecho mucho más que simplemente adueñarse de, y ejercitar, una función que pertenecía y pertenece a otros sistemas narrativos: ha dado lugar a una narrativización de la sociedad en proporciones absolutamente inauditas. Raymond Williams lo había subrayado ya hace casi treinta años, en un pasaje de ‘*televisión. Technology and Cultural Form*’, que vale la pena registrar casi entero:

«El fenómeno del *drama* televisivo debe ser observado también de otra manera. En muchas partes del mundo, cuando la televisión comenzó a difundirse, se verificó una expansión y una intensificación de la representación dramática que no tiene precedentes en la historia de la cul-

tura humana. Muchas, si es que no todas las sociedades, tienen una larga tradición de algún tipo de representación dramática; pero en la mayor parte de la sociedad aquello ha revestido un carácter ocasional o temporal. En los siglos más recientes, al menos en las grandes ciudades y en los lugares de encuentro, la disponibilidad de representaciones dramáticas ha sido más regular. Pero no ha habido nunca una época en la cual la mayor parte de la población tuviese acceso regular y constante al *'drama'*, y le diese uso [...]. Parece probable que en sociedades como Gran Bretaña, y los Estados Unidos la mayor parte de los espectadores vea más *drama* en una semana o en un fin de semana del que, en épocas precedentes, hubiera visto en un año o en una vida entera [...]. Las implicancias de todo esto han sido a duras penas tomadas en consideración. Pero indudablemente una de las características peculiares de las sociedades industriales desarrolladas es que la experiencia del *'drama'* constituye ahora como nunca un componente intrínseco de la vida cotidiana, a un nivel cuantitativo que es infinitamente mayor respecto al pasado como para determinar un cambio cualitativo fundamental. Sean cuales fueran las razones sociales y culturales, es evidente que asistir a una simulación dramática de una vasta gama de experiencias es hoy una parte esencial de nuestros modernos modelos culturales»¹¹.

En qué medida la *'dramatized society'* de la que habla Williams coincide con la sociedad nacional, nativa, del público televisivo de un determinado país, depende al mismo tiempo de la medida en que se haya podido o querido incentivar y apoyar las capacidades produc-

tivas de la industria televisiva nacional; no hay duda, en tal aspecto, que para los espectadores italianos la narrativización de la sociedad nativa ha sido desde hace mucho, cuantitativamente, la más escasa entre las fuentes televisivas disponibles. Y es igualmente evidente cómo la expansión del *fictionscape*, consecuentemente al incremento de la producción y de la oferta de ficción doméstica en el último quinquenio o un poco más, se ha convertido en una inédita diversificación, por ejemplo, de los *social settings* de las historias: hospitales y políambulatorios, cárceles y parroquias, oficinas de policía y tribunales, negocios de ropa y casas de moda, redacciones periodísticas y colegios, y demás. No es necesario discutir aquí las maneras específicas de representación de estos ambientes; bastará observar que en general ha prevalecido una narrativización social de tonos ligeros, ocupada en contar una «imaginaria», no aproblemática, pero distensiva normalidad cotidiana.

EXPERIENCIAS MEDIATAS

Limitémonos a «poner una marca», para volverla a encontrar más adelante, sobre la diversificación evocada más arriba, y detengámonos momentáneamente sobre el significado de la disponibilidad y de la accesibilidad, vía televisión, de una sociedad dramatizada. Podemos verla como la manifestación de un fenómeno más grande y relevante, producido por la presencia constitutiva de los medios de comunicación en el mundo moderno: la profunda reestructuración de la experiencia, que se verifica a través de «el tremendo crecimiento» y el «impacto alcanzado», en las palabras de Giddens¹², de la experiencia mediata.

Si bien es verdad, por un lado, que formas y ámbitos de mediación de la experiencia han existido siempre, y de otro lado, la experiencia vivida en la situación concreta de la vida cotidiana permanece aun hoy como basilar para los individuos, no ha habido nunca una época que haya conocido una explosión similar de las experiencias mediatas. Gran parte de nuestra exploración y conocimiento del mundo pasa a través de la mediación de los grandes medios de comunicación, la televisión en primer lugar, y se despliega dentro de un horizonte infinitamente más amplio de cuanto haya sido alcanzable nunca antes por los seres humanos en épocas precedentes. No hay necesidad de insistir en este punto del cual somos todos conscientes, si no es para afirmar una aparente tautología: en el mundo contemporáneo las formas de experiencia mediata son, efectivamente, formas de experiencia a pleno vigor, y no pseudo-experiencias virtuales, simuladas, o evasivas como algunos sostienen. Tenemos por tanto que considerar la sociedad dramatizada y narrativizada que las historias de ficción representan a la par de un orden real (simbólicamente habitable), donde es posible para los individuos acceder a nuevas y vastas oportunidades de experiencia cultural y social: «un individuo que... ve una telenovela no está consumiendo simplemente un producto de la fantasía, está explorando posibilidades, imaginando alternativas...»¹³. En muchos casos, se puede añadir, está experimentando de manera mediata y participando simbólicamente de los ambientes, situaciones sociales y aspectos de la existencia con las cuales no tendría ninguna o muy pocas posibilidades de entrar en contacto directamente.

Vale la pena, con esta finalidad, proceder más analíticamente, para enfocar el rol específico de la ficción televisiva en los procesos de mediación de la experiencia.

El punto de partida es sin duda el concepto de la «deslocalización de la vida social», lo que Meyrowitz¹⁴ define como debilitamiento o pérdida del «sentido del lugar» pero que es quizás más apropiado concebir en términos de adquisición de una enorme fuente adicional: la posibilidad de entrar en contacto e inclusive convertir en algo familiar a sujetos, eventos, lugares, espacialmente distantes del contexto localizado en el cual físicamente nos encontramos, y en donde se verifican nuestras (y siempre importantes) experiencias directas. No necesitamos más encontrarlos «en el lugar» para ser testigos de celebraciones, eventos históricos, sucesos en directo, calamidades naturales, acontecimientos de la vida pública o privada, y cuanto se desarrolle o se haya desarrollado fuera de los localizados contextos de nuestra presencia física. Los medios de comunicación, y en modo particular la televisión, gracias a su asentamiento doméstico, nos ofrecen «un sitio en primera fila» (como decía hace algunos años, un eficaz eslogan de la RAI) para asistir y participar de aquello que ocurre en los lugares donde nosotros no estamos, donde quizás no iremos nunca, a pesar de la gran movilidad de los individuos contemporáneos. Probablemente hay la tendencia a sobrevalorar en este tipo de experiencia mediata, el papel de la información; olvidando que la ficción, con su variedad de locaciones geográficas y de ambientes sociales, de tipos humanos y profesionales, de situaciones y relaciones íntimas y públicas, abre literalmente

los horizontes a una infinidad de experiencias deslocalizadas. *'Beautiful'* nos familiariza con los barrios residenciales de Los Angeles; respiramos el ácido y frenético clima metropolitano que deviene de ambientes policiales y hospitalarios situados en New York y Chicago; y sin ir muy lejos, experimentamos la provincia italiana a través de las historias de «Il maresciallo Rocca» y somos llevados a Nápoles cuando vemos la telenovela «Un posto al sole» o la serie policial «La squadra».

La deslocalización de la vida social, naturalmente, presenta una posibilidad más grande que la de ir por ahí deambulando. Sin moverse de la propia casa o del propio diván, y entre lugares diversos y más o menos remotos, esta experiencia de «turismo imaginario» o de viaje sin partida no es de hecho algo para desdiciarse: esa deslocalización convierte virtualmente en móviles a los individuos y espectadores más pasivos, y puede encontrarse al origen de auténticos viajes o traslados materiales, tal y como ocurre cuando un sitio dado a conocer por la ficción se convierte en meta de un gentío de visitantes. Pero más allá de los espacios de la geografía física, está la geografía situacional, con lo cual volvemos a Meyrowitz, que se ha vuelto muy extendida dada la posibilidad de vivir experiencias deslocalizadas delante de la pantalla televisiva, donde somos efectivamente testigos y participantes de la más amplia variedad de situaciones sociales que se desarrollan en una multiplicidad de ambientes y ponen en escena una pluralidad de sujetos y de comportamientos personales y profesionales, los cuales serían muy difícil de encontrar y observar en la experiencia directa de la vida cotidiana.

Precisamente porque es narración de la sociedad y representa muchos más aspectos de cuanto puedan hacer otros géneros televisivos, la ficción actúa como potente «dilatador» de la gama de situaciones sociales a las cuales tenemos acceso, sin estar físicamente presentes. Asistimos a discusiones procesales en un drama legal, seguimos los procedimientos de trabajo investigativo en uno policial, estamos metidos detrás de cámaras en la profesión médica en un hospital, entramos en la intimidad de las casas y de las relaciones interpersonales en una telenovela. Instauramos a la vez, relaciones personales; aquellas se basan sobre relaciones de tipo unilateral y no dialógico que ya en los años cincuenta Horthon y Wohl¹⁵, posteriormente retomados por Meyrowitz y Thompson, habían identificado como una característica distintiva de la sociedad mediatizada y definido como «interacciones parasociales». Son las interacciones que los miembros de las audiencias establecen a distancia y sin reciprocidad con las personalidades de los medios de comunicación, los conductores de programas, los realizadores, artistas; secularizados portadores del don de la ubicuidad, obtenido gracias a la presencia del set televisivo en millones de hogares, dando la ilusión de poder ser encontrados por cada uno de los espectadores a poca distancia, prácticamente cara a cara. Estos encuentros asiduos no extrañamente cotidianos, dentro de un espacio simbólicamente compartido, pueden generar en los espectadores sentimientos de familiaridad e inclusive apego afectivo hacia los personajes televisivos; se tiene la impresión de conocerlos íntimamente, se dialoga con ellos con el pensamiento y se les interroga en voz alta,

algunos terminan por ser considerados inclusive como auténticos y verdaderos amigos, «media friends». Eso que en cierto modo se verifica como real es una extensión, un enriquecimiento del capital personal de las relaciones sociales, y una intensificación de las experiencias de interrelación: un proceso en el cual la ficción televisiva desarrolla un rol primario y en ningún caso inferior al de los géneros de entretenimiento o a los talk show, dado que las historias de ficción ponen en contacto frecuente y prolongado gracias a las fórmulas seriales y favorecen la interacción con el más amplio repertorio de figuras humanas. La comunidad de personajes de una telenovela, que se ve cotidianamente, o los héroes recurrentes de las series semanales son susceptibles de convertirse en compañeros y amigos, más cercanos que los vecinos de casa, tanto como para constituir puntos de referencia y términos de confrontación en la elaboración de las opciones de vida, y dar lugar a fenómenos de *fandom* y de enamoramiento individual y colectivo. Muchos «media friends» son personajes e intérpretes de las historias de ficción, domésticas o extranjeras.

Igualmente, es a través de la ficción que ocurren, en gran medida, aquellos contactos mediatos con las experiencias raras de las que habla Giddens¹⁶. Con la finalidad de instaurar y de preservar un sentimiento difundido de «seguridad ontológica», de importancia vital en la sociedad moderna para no ser avasallados por los problemas existenciales y por los dilemas morales, todo un conjunto de componentes basilares de la vida humana -sostiene Giddens- debe ser relegado aparte, en cierto sentido «secuestrado» por la rutina de la vida cotidiana. La o-

currencia, la criminalidad, la enfermedad, la muerte, la sexualidad, la naturaleza, en tanto constituyen las áreas preeminentes en donde tal secuestro se realiza, se convierten por lo tanto -a diferencia de las sociedades pre modernas- en «experiencias raras», sustraídas a la visibilidad, frecuentemente ocultas dentro de instituciones especiales de mantenimiento y control (manicomios, cárceles, hospitales). La rareza de las experiencias directas resulta aun más fuertemente atenuada por la frecuencia de las experiencias mediatas: la información, el cine, la televisión y todo género de narrativa abundan, como nunca antes, en historias e imágenes de sexo, violencia y muerte. Objeto muy frecuente de deploración y de cruzadas morales, estos contenidos de los medios de comunicación que nos mantienen en permanente contacto con las experiencias raras contribuyen a mantener alerta, quizás inclusive a enriquecer nuestra sensibilidad existencial en los enfrentamientos de las áreas más conflictivas de la vida humana; en una manera que, avalándose de la inmunidad de las experiencias mediatas-inmunidad para el riesgo de un involucramiento directo- no influye sustancialmente el sentido de seguridad ontológica. Se podría decir, aun sin admitir tal afirmación de alcance generalizante, que el contacto mediato y deslocalizado con las experiencias secuestradas incluye en sí las condiciones de posibilidad de una neutralización de la inseguridad. Aun más probablemente, cuando esto ocurre en el contexto de las estructuras organizadoras y productoras de sentido de la narrativa de la ficción.

Especialmente en relación a la enfermedad, el crimen y la muerte, la función mediatrix de la fic-

ción televisiva aparece sin duda alguna relevante; es sobre estas áreas de experiencia que se aferran a algunos de sus géneros mayores y más populares, el policial, el hospitalario y el de acción. El minucioso conteo de los actos criminales o de las muertes violentas que ocurren, por ejemplo, en la programación cotidiana o semanal de series y miniseries, no responde quizás a los objetivos por los cuales fue diseñado- medir la exposición a la violencia para regular los efectos sobre el comportamiento- pero prueba cómo los mundos de la ficción son ampliamente permeados por las experiencias secuestradas en la realidad de la vida cotidiana. Y aun más: un espectador que siga una serie hospitalaria se enfrenta a tan variada ocurrencia y tipología de enfermedades graves, como ningún individuo común (aparte de los médicos hospitalarios) podría nunca conocer en el curso de toda una vida.

Ingreso en el '*social setting*' distante en espacio y tiempo; interacciones con personajes nunca encontrados directamente; contactos con áreas basilares y ocultas de la vida humana: somos llevados hacia la «vasta gama de experiencias» puestas a disposición por las prácticas televisivas de narrativización de la sociedad, de la cual hablaba Williams.

DERECHOS DE REPRESENTACIÓN Y REGRESO A LA CALIDAD

El último pasaje de este recorrido argumentativo tiene que ver con una cuestión que raramente y quizás nunca ha sido puesta en relación con la ficción televisiva; nos referimos a la cuestión de la urbanidad (ciudadanía). El con-

cepto de ciudadanía, entendido como el derecho de los individuos a tener acceso, en una sociedad democrática, a los recursos que consienten y garantizan la plena participación en la vida social envuelve en su formulación original¹⁷ tres dimensiones correspondientes a otros tantos derechos: civiles, políticos y sociales sobre los cuales no es necesario detenerse más. Pero recientemente se ha comenzado a discutir acerca de la necesidad de tener en cuenta una ulterior dimensión de la ciudadanía, la cultural, y de los derechos relacionados con ella.

Según la distinción analítica propuesta por Murdoch¹⁸, es posible identificar cuatro tipos de derechos culturales: el derecho a la información; el derecho a la experiencia; el derecho al conocimiento; el derecho a la participación. De estos, el derecho a la experiencia es el más interesante y pertinente respecto de nuestro argumento: «Los ciudadanos afirman la definición- tienen derecho a acceder a la representación lo más diversificada posible de la experiencia personal y social. Mientras la información televisiva ha sido la reserva primaria de los programas de actualidad {...} la exploración de la experiencia ha sido principalmente realizada a través de la ficción»¹⁹. (Cursiva nuestra).

Si reconocemos la validez del derecho a la experiencia como derecho cultural de ciudadanía y dividimos la definición podemos regresar a la cuestión acerca de la «calidad de la ficción» con mayor claridad de ideas. Para este fin es útil reconstruir rápidamente el recorrido argumentativo. La calidad de la ficción no es un requisito del simple programa sino del conjunto de las historias

puesto a disposición del público en el lapso de un tiempo determinado. La representación del mundo construida por estas historias -y, en el caso de la ficción doméstica, la representación del país- es parte constitutiva de la noción de *fictionscape*. La reciente expansión del *fictionscape* italiano, debida al relanzamiento de la industria televisiva nacional hace que sea relevante por primera vez la pregunta sobre la calidad. Sistema narrativo central de la contemporaneidad, la ficción televisiva- aquello que de alguna manera entra en contradicción u oposición con su naturaleza de género de entretenimiento- reviste un carácter público y social como práctica de narrativización de la sociedad; al mismo tiempo constituye una forma de ampliación de los horizontes de las experiencias mediatas. En cuanto ofrecen recursos y oportunidades para la exploración de la experiencia, las representaciones de la ficción pueden ser forzadas a entrar en la lista de derechos culturales de ciudadanía en una sociedad democrática.

A nosotros nos parece que todo cuanto precede permite identificar un criterio basilar de imputación de la calidad de la ficción, de lo ya visto y probado en algunas de las expresiones con las cuales nos hemos encontrado: vasta gama de experiencias (Williams), representación lo más ampliamente diversificada (Murdoch). Es el criterio de la *diversidad* y de la pluralidad, a decir verdad un viejo argumento de la discusión sobre la calidad televisiva. Dentro de tal discusión ha prevalecido sin embargo una acepción mecánica de la diversidad, como (imposible) reflexión especulativa de la heterogeneidad social. Quisiéramos proponer por lo tanto una acep-

ción diferente, que evitando a la referencialidad o peor a la representatividad estadística de lo real, sitúe y mantenga la diversidad *dentro* de los límites del *fictionscape*.

Es importante, calificante, que la sociedad narrativizada por la ficción televisiva se ofrezca a la mirada y a la fruición como un paisaje articulado y diverso, bajo todas las perspectivas, lo que entre otras cosas permite desplegar la pluralidad de las fórmulas y de los géneros aprovechando al máximo la vocación de recortar diversamente lo real. Pero dado que un sistema narrativo no se refleja nunca y mas bien selecciona la realidad, la diversificación interna al *fictionscape* va observada y evaluada en los términos de la capacidad del sistema mismo- de hecho, de quien crea y produce las historias- de mantener abierto el abanico, de extender el *rango* de las *selecciones relevantes* y significativas que deben ser operadas dentro del enorme potencial de materia narrativa presente en la sociedad. La amplitud del *rango*, a su vez, está correlacionada a las dimensiones cuantitativas del *fictionscape*. Como ha sido observado más arriba, el crecimiento de la producción y de la oferta de ficción italiana ha creado inmediatamente las condiciones para una mayor diversificación de los *social settings*, de los formatos y de los géneros. Obviamente, hay que cuidarse de establecer una relación automática entre cantidad (extensión del *fictionscape*) y calidad (diversificación interna del *fictionscape*): Nada más fácil que producir y ofrecer *más de lo mismo*.

La calidad de la ficción, en primer lugar y esencialmente, llama a la causa a una capacidad de lec-

tura de lo real, una disposición a mantenerse en contacto con la sociedad, con los caracteres de permanencia de sus estratos profundos, a la par que con sus dinámicas de transformación social o las más contemporáneas ondas del «sentir» colectivo.

Es esta competencia y sensibilidad de lectura lo que hace posible la creación de una variedad de 'Historias utilizables', o sea historias que los espectadores pueden usar para comentar, comprender, interpretar la propia vida cotidiana, y para acceder a las representaciones diversificadas de la experiencia que están entre los derechos de la ciudadanía cultural en una moderna sociedad democrática.

(Traducido del italiano por Rodrigo Pulgar Alberti.
E-mail: rodyfos@hotmail.com)

NOTAS

1. «Cfr: C.Lasagni y G. Richeri, *Televisione e qualità*, Rai-Eri 1996
2. Ariun Appadurai, *Disjunction and Difference in the Global cultural economy*, in M. Featherstone (a cargo de), *Global culture*, Sage, London, 1990, pp.295-310.
3. Según la influyente definición de Benedict Anderson: *Comunità immaginate*, Manifestolibri, Roma 1996.
4. J. Straubhaar, *Beyond Media Imperialism: Asymmetrical Interdependence and Cultural Proximity*, en «Critical Studies in Mass Communication», 1991 (8), 1-11.
5. D. Morley y K. Robbins, *Spaces of Identity*, Routledge, London 1995, p.87.
6. Eran denominadas puestas en escena, o también telenovelas, las adaptaciones literarias que en los primeros dos decenios de la televisión italiana (pública) constituían el género de ficción mayor, se no exclusivo, y que de nuevo está volviendo a la moda.
7. Vease H. Newcomb, *One Night of Prime Time*, in J.Carey (a cargo de) *Media, Myth and Narrative*, Sage, London 1988.
8. S. Kozloff, *Narrative Theory*, in R.C. Allen (a cargo de), *Channels of Discourse, Reassembled*, London 1992.
9. De «calidad táctil» de la televisión, entendida como capacidad de establecer un contacto sensible con los espectadores, habla T. Elsaesser en *Zapping One's way into Quality: Arts Programmers on TV*, en T. Elsaesser, J.Simons, L. Bronk (a cargo de), *Writing for the Medium*, Amsterdam University press, Amsterdam 1994.
10. J. Mepham, *The Ethics of Quality in Television*, en G. Mulgan (a cargo de), *The question of Quality*, BFI, London 1990.
11. La traducción es mía, de la más reciente re-edición americana de R. Williams, *televisión. Technology and Cultural Form*, Wesleyan University Press, Hannover 1992, p.53 (la edición original inglesa ha sido publicada en 1974 por Fondana, London). Recordar que el 'Drama' es el término inglés de ficción televisiva.
12. A. Giddens, *Modernity and Self-Identity*, Polity Press, London 1991, p.23 y siguientes.
13. J.B. Thompson, *Mezzi di Comunicazione e Modernità*, Il Mulino, Bologna 1998, p. 323.
14. J. Meyrowitz, *Oltre il senso del Luogo*, Baskerville, Bologna 1993.
15. D. Horthon y R.R. Wohl, *Mass Communication and Para-Social Interaction*, «Psychiatry», 1956 (19), 215-29.
16. A. Giddens, op. cit.
17. Véase T. H. Marshall, *Citizenship and Social Class*, Pluto, London 1992.
18. G. Murdock, *Rights and Representations*, en J. Gripsrud (a cargo de), *Television and Common Knowledge*, Routledge, London 1999.
19. Ibid, pp. 11-12.