

ABSTRACT

El formato es un concepto clave de la programación televisiva pues aparece como uno de los pilares esenciales de las lógicas mediáticas de la producción y de la difusión. El formato se ha impuesto como uno de los instrumentos de regulación, que asegura la interfaz entre una fórmula televisiva y una comunidad de público. El fenómeno de fragmentación que está conociendo es revelador de la maleabilidad formal de los productos de la cultura de masas. Así pues, éstos últimos invalidan a menudo las categorías genéricas académico-culturales y necesitan pues la elaboración de nuevos análisis en los cuales, las nociones de formato, fórmula y estilo de programa resultan centrales

The concept of format is clearly a key issue between the logics of production and television's broadcasting. It represents the effective interface between a TV formula and a community of public. Its fragmentation is dealing with the specificity of popular culture's products. The generic and academic categorisations are unable to solve this complexity. The researches in human sciences have to mobilise new tools of description as the notion of format, formula and style that appear more productive an adequate.

Jean-Claude SOULAGES, filósofo de formación, es profesor del C.U.E.J (Centre Universitaire d'Enseignement du Journalisme), en Estrasburgo, y se encarga de formar a los reporteros de imágenes. Es miembro del Centre d'analyse du discours (Paris XIII) Ha realizado numerosas investigaciones sobre la puesta en escena de la palabra en la televisión, sobre el estudio del discurso publicitario y sobre la información televisiva. Ha publicado numerosos análisis y reflexiones sobre la televisión, como *Les mises en scène visuelles de l'information* (Nathan INA) y *La communication télévisuelle* (Armand Colin), este último junto con Guy Lochard.
jean-claude.soulages@wanadoo.fr

EL RELATO REAL. ESTRATEGIAS DE NARRATIVIZACIÓN EN LA REALITY TELEVISIÓN

RUGGERO EUGENI

1. LA REALITY TELEVISION Y LAS NUEVAS FORMAS DEL NARRATIVE DESIGN

El debate en torno a la reality television se ha concentrado en la supuesta capacidad del medio televisivo de reproducir el mundo "real". Los estudios culturales se ha centrado principalmente, por un lado, en las facultades productoras y reproductoras de los textos mediáticos respecto a la realidad y al mundo social que los alberga y los acoge y, por otro lado, en las relaciones que el espectador establece con el sistema social a través de la práctica del texto (Smith, Wood 2003; Holmes y Jermyn 2004, Sfradini 2003)

En nuestra opinión, resulta igual de operativo, cuando no más aún, desplazar la atención hacia otro aspecto: las estrategias de interpretación narrativa que los principales formatos de la reality television requieren al espectador. Este nuevo aspecto visual permite observar algunos fenómenos de un cierto interés. En primer lugar, muchos formatos de la reality television proponen un nuevo tipo de relación entre lugares textuales y actividades de narrativización (hablaremos de ello en relación a un modelo de narrative design innovador respecto a los modelos del pasado) En segundo lugar, el nuevo modelo de narrative design no se limita a la televisión, sino que se encuentra en otras formas mediáticas contemporáneas como, por ejemplo, en algunos videojuegos. En tercer lugar, el análisis del nuevo modelo de narrative design permite volver a examinar la relación entre la televisión y la realidad de una manera diferente

respecto a los estudios culturales mencionados más arriba: la televisión presenta simulaciones in vitro no tanto de las interacciones sociales cuanto de las operaciones de narrativización activadas en los procesos de interpretación de lo real. El pasaje realizado se produciría, por tanto, entre los textos que simulan la realidad y aquellos otros que simulan los procesos de narrativización que encuentran espacio en lo real.

Para poder explicar con detalle dichos fenómenos, examinaremos las diferencias del nuevo modelo de narrative design emergente respecto a los modelos precedentes. Nos remitiremos al análisis del formato del reality show *Il grande fratello* [Big Brother] y lo confrontaremos con las dinámicas del videojuego *The Sims* (Will Wright, Maxis, 2000)

2. LOS MODELOS DEL NARRATIVE DESIGN: ESTABLE, VARIABLE, DINÁMICO

El texto tradicional (por ejemplo, una novela, un film, etc.) constituye el lugar de "almacenamiento" de un discurso narrativo: la narración es proyectada en el "origen" por un autor implícito, situada en el texto y actualizada en el "destino" por un lector o espectador implícito, mediante una obra de narrativización de los materiales textuales regulada por normas fijadas culturalmente y orientadas por el texto. De cualquier modo, el discurso narrativo proyectado por el autor implícito no experimenta transformaciones relevantes en el acto de recepción; llamaremos estable este modelo de narrative design.

La llegada del hipertexto narrativo ha introducido una nueva forma de relación entre el discurso narrativo y el texto. El proyecto del autor implícito no remite a una narración, sino a una red de posibles narraciones. El hipertexto constituye, pues, el lugar de almacenamiento de una serie de posibles contenidos narrativos, una base de datos narrativa (Kinder 2002) Dichos contenidos son recíprocamente accesibles gracias a una red de relaciones que eventualmente se activan mediante interruptores, en base a un proyecto definible como espacio lógico o algoritmo (Manovich, 2001) del hipertexto. Al receptor implícito le corresponde activar una determinada línea narrativa, pasando de la narración "as stored" a la narración "as discoursed" (Liestol 1994) La obra de narrativización del receptor consiste, a la vez, en elegir determinados segmentos narrativos y en asignar un sentido narrativo a los materiales seleccionados progresivamente. En este caso hablamos de un modelo variable de narrative design.

No es difícil darse cuenta de que las estrategias de narrativización implícitas en muchos formatos de la televisión contemporánea no se pueden reducir a ninguna de las dos formas precedentes. Por tanto, en este caso es

necesario postular un tercer modelo de narrative design, que llamaremos dinámico. Se trata de un modelo emergente, al que dedicaremos una especial atención.

3. EL NARRATIVE DESIGN DINÁMICO

A fin de comprender qué es lo que cambia en las relaciones entre narración y objetos textuales, recorreremos las tres fases de ideación / proyectación, textualización y recepción del discurso narrativo.

3.1. La proyectación como construcción de una matriz narrativa

En la fase proyectual se introducen algunas variables básicas, portadoras de potenciales desarrollos narrativos. En *The Sims*, el software proporciona una parte de dichas variables (los modelos de casas, el mobiliario preparado para elegir y, sobre todo, un conjunto de personalidades de los individuos puestos a disposición) y en parte dispuestos por el receptor (elección de personajes combinando grupos de personalidades, modelos físicos, etc.), aprovechando las posibilidades ofrecidas por el propio software. En el caso de *Il grande fratello*, la operación preparatoria completa constituye dicha fase: casting e identificación de los individuos competidores, proyectación y construcción de la casa con sus diferentes ambientes; redacción de contratos con los participantes a fin de definir la dirección y los límites de su comportamiento a lo largo del programa: "El proceso productivo de elección, de los concursantes (el casting) [se presenta], pues, como un procedimiento en el que se identifican y se seleccionan determinadas características esenciales, que supuestamente deberían inducir a determinados comportamientos, según una lógica en que un estímulo producido por X aplicado al personaje Y podría producir el resultado Z" (Sfardini 2003 y Bittanti - Flanagan 2003:129-134)

3.2. La textualidad en cuanto acumulación de recursos textuales

En *The Sims*, la fase textual, es decir, la situación de juego, consiste simplemente en observar el desarrollo de la vida de la familia o del núcleo virtual construido precedentemente dentro de la casa. Se puede intervenir y elegir pilotando a un personaje en cada ocasión y efectuando una elección dentro de un conjunto propuesto en algunos puntos clave. Es importante observar que todo cuanto se lleva a cabo no consiste en actualizar (una parte de) contenidos preconstituídos en una base de datos: el algoritmo no se puede representar como un espacio lógico, sino como un dispositivo de generación semicual de eventos.

Il grande fratello sigue la misma lógica durante el período de su desarrollo efectivo, en las emisiones en directo. El receptor sólo puede intervenir para decidir qué personajes excluir. Hay otras posibles intervenciones relativas a la ventana de la pantalla (sobre todo cuando se desarrollan paralelamente diferentes historias, en distintas habitaciones) o a la posibilidad de interactuar en el chat con otros espectadores de una misma comunidad.

El texto no se concibe, en ninguno de ambos casos, como un lugar de almacenamiento de materiales automáticamente narrativizables. Más bien representa un lugar de acumulación de recursos virtuales (de micro eventos, de secuencias de acciones) disponibles para transformarse en relatos. En otros términos, el texto representa un espacio de acumulación de material narrativo que, sin embargo, no se traduce en un relato (sino de manera débil)

Se puede observar que la acumulación de recursos narrativos sigue una lógica de restringimiento espacial y de distensión temporal. La característica espacial fundamental es la estructura modular, que se realiza concretamente en la fórmula (y en la forma) de la casa concebida como mundo dentro del cual mantener el dominio de la matriz narrativa. Desde el punto de vista temporal se establece un vínculo férreo: la superposición "en escala" entre el tempo textual y el tempo de la recepción de *The Sims* (una hora de tiempo real equivale a un minuto de tiempo textual), la superposición 1:1 en *Grande fratello*. De ese modo, se construye un presente cíclico fluido (Kavka y West 2004) preparado para ofrecer, desde el mismo momento en que se produce, todas aquellas relecturas en clave narrativizante que se tendrán lugar en la tercera fase.

3.3. La recepción y sus textualizaciones en cuanto construcciones del sentido narrativo

En esta tercera fase, los recursos factuales acumulados en la segunda fase a partir de la matriz de los potenciales desarrollos de la primera se transforman en relatos. Se precisa un sentido narrativo de los eventos y, por tanto, una "moral" propia; por consiguiente, dicha operación implica una selección, una jerarquización, una correlación y un orden lineal de los eventos. Una obra de narrativización de ese tipo no puede ser única (y con frecuencia no lo es); un mismo fluir factual puede originar diferentes narraciones en función del tipo de trabajo narrativizante que se efectúe.

The Sims presenta un típico instrumento de narrativización: la función instantánea. Dicha función permite "fotografiar" una determinada fase del mundo textual, añadir un subtítulo explicativo y memorizar todo ello en un álbum virtual. Esta función ha conocido una forma inesperada: millares de receptores de *The Sims* han difundido por Internet sus álbumes in forma de storyboard de las narraciones (Eugeni y Bittanti 2004)

Il grande fratello presenta algunos lugares textuales de narrativización típicos: los reportajes de las entregas semanales, las intervenciones en estudios en esas mismas sedes, pero también los artículos en revistas especializadas, las intervenciones de sus fans en los foros de la Red, etc. La entrega post-conclusiva del programa (que una semana después de su conclusión recorre el período transcurrido en la casa y elabora un balance final) representa un claro ejemplo: en torno a determinados temas y filones se reutilizan segmentos - recursos acumulados a lo largo de la fase precedente (y previamente seleccionados en las entregas de los resúmenes semanales), con el fin de poder llegar a conformar las diferentes líneas narrativas (Demaria, Grosso y Spaziante 2002)

4. HACIA UNA IMAGINACIÓN NARRATIVA DE MASAS

En este punto podemos valorar, a modo de epílogo, las innovaciones introducidas por el narrative design dinámico respecto a los otros dos modelos precedentes. La fase de ideación y de proyectación de la narración ya no consiste en construir una arquitectura narrativa específica, ni de tipo lineal ni reticular; se basa más bien en la construcción de una matriz de posibilidades narrativas que no se pueden calcular a priori. La fase textual ya no se puede representar como si se tratara de un lugar de almacenamiento, de un narrative design lineal, ni una red preconstruida de desarrollos narrativos. El texto (si entendemos por texto - núcleo más bien la constante emisión en directo de *Il Grande Fratello* que el desarrollo progresivo de una "partida" de *The Sims*) se presenta como una acumulación de acciones y de hechos que aún no han sido empaquetados en un proyecto narrativo. Finalmente, la recepción no se puede representar ni como la actualización de la narración almacenada, ni como la actualización de una de las posibles líneas de desarrollo prevista por el hipertexto. La recepción presenta en el narrative design dinámico dos aspectos. Por un lado, siguiendo el texto - núcleo, activa una narrativización débil, una reconstrucción local de eventos y de acciones carentes de sentido unitario. Por otro lado, la recepción activa a posteriori una narrativización fuerte, mediante la construcción de una serie múltiple de relatos, a partir de los datos factuales. Dicha actividad se textualiza, en buena parte, en el interior del complejo universo de textos - satélite que circundan al texto - núcleo (reconstrucciones filmadas, intervenciones en el estudio, discusiones en la Red, discusiones en la prensa especializada, etc.) y lo completa en un único dispositivo intertextual.

En otros términos, el narrative design dinámico presenta dos características interrelacionadas que lo diferencian de los otros dos modelos precedentes: separa la narrativización fuerte de la recepción del texto - base y la disloca en una

mirfada de textos satélite (Tincknell y Raghuram 2004)

Se pueden dar dos interpretaciones diferentes pero complementarias del fenómeno apenas referido, en función de cómo se interprete la actividad de narrativización.

Una primera interpretación entiende la narrativización como una actividad relacional y negociadora, que parte de los datos factuales pero los manipula libremente a partir de un gran peso y de una decidida exhibición de los lazos relacionales: a través de las historias que construyo mediante las instancias de The Sims tiendo a comunicar mi propio estado de ánimo, buscar mi alma gemela o exhibir mi habilidad creativa. Las narrativizaciones de Il Grande Fratello permiten construir lazos de amistad, de complicidad o, por el contrario, de contraste entre los individuos implicados en la operación. De ello deriva el hecho de que las narraciones pierdan peso a favor de las relaciones: los relatos son siempre negociables y, por tanto, múltiples y deconstruibles al infinito; el universo de los medios contemporáneos se desplaza cada vez más hacia una escena de relaciones que de narraciones (Aroldi y Villa 1997)

Una segunda pista interpretativa entiende la narrativización de los materiales factuales como la aplicación de una imaginación narrativa; es decir, como la intervención de una instancia de paso de lo factual a lo ficcional, la puesta en escena de una "intermediación originaria [...] entre algo que nos ha sido dado y algo que tiene sentido". Esta lectura no excluye, sino que más bien implica, la posibilidad de que los relatos se hagan y se deshagan, aunque entienda dicha posibilidad como el "campo de reversibilidad de lo dado y del sentido, de la vida y de la forma". Se trataría, por tanto, de una representación de la actividad prefigurativa ricoeuriana; de un hacer objeto de relato de la propia actividad narrativizante.

No se trata de una novedad. Una parte del cine moderno y postmoderno se caracteriza precisamente por su voluntad de superar en este plano el terreno de la novela. Más bien sería nuevo el alcance de masas del intento: la puesta en escena del hacerse del relato no constituiría propiamente un fin ni un cuidadoso esfuerzo experimental, sino más bien una experiencia difusa.

Y ahí reside, quizás, la sutil raíz de la relación entre el narrative design con la realidad: reality show y reality game (o play) no tan sólo y no tanto porque lo que observan sea únicamente un sector restringido de la vida cotidiana, ni porque simulen dinámicas reales y pedestres, sino más bien porque que ponen escena el paso del dato al sentido (narrativo) que constituye la interfaz de nuestro acceso a lo real.

Traducción de Charo Lacalle

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- AROLDI, P. - VILLA M. (1997) "Reality television. Dalla Tv della realtà alla Tv dell'emozione" en *Ikon - ricerche sulla comunicazione*, 34, 147-232.
- BETTETINI, G. - GASPARINI B. - VITTADINI, N. (1999) *Gli spazi dell'ipertesto*. Milano: Bompiani.
- BITTANTI, M. - FLANAGAN, M. (2003) *The Sims. Similitudini, Simboli e Simulacri*. Milano: Unicopli.
- DEMARIA, C. - GROSSO, L. - SPAZIANTE, L. (2002) *Reality TV: la televisione ai confini della realtà*. Roma: Rai-Eri.
- DOVEY, J. (2003) "Reality Game Shows as New Media Paradigm". Paper presentato alla Conferenza Cost A20 - Toward New Media Paradigms, WorkingGroup Media Content.
- EUGENI, R. (1998) "Myst: multimedia hypertexts and film semiotics" en *Iris*, 25, 9-26.
- EUGENI, R. - BITTANTI, M. (2004) "Sim-Biosi. Dis-simulando The Sims" en *De Signis* n° 5 Corpus digitalis. Semiotica del mundo digital, 85-97.
- FLYNN, B. (2001) "Video games and the New Look Domesticity" en *Bad Subjects*, 57, <http://eserver.org/bs/57/flynn.html>.
- FLYNN, B. (2002) "Factual hybridity: Games, documentary and simulated spaces" en *Media International Australia - Culture and Policy*, 104, 42-54.
- HALBERT, D. (2003) "Who Owns Your Personality: Reality Television and Publicity Rights", en Matthew J. Smith and Andrew F. Wood (eds.) *Survivor lessons: essays on communication and reality television*. Jefferson, N.C.: McFarland & Company, Inc., 37-56.
- HOLMES, S. - JERMYN, D. (ED.) (2004) *Understanding Reality Television*. London - New York: Routledge.
- KAVKA, M. Y WEST, A. (2004) "Temporalities of the Real. Conceptualizing Time in Reality TV" en Holmes, S. and Jermyrn, D. (eds) *Reality Television: A Reader*. Londres: Routledge, 136-153.
- KINDER, M. (2002) "Narrative Equivocations between Movies and Games" en Harries, D. (ed.) *The New Media Book*. London: B.F.I., 119-133.
- LIEST L, G. (1994) "Wittgenstein, Genette, and the Reader's Narrative in Hypertexts" en Landow, G. P. (ed.) *Hyper/text/theory*. Baltimore-London: Johns Hopkins University Press, 86-120.
- MAIETTI, M. (2004) *Semiotica dei videogiochi*. Milano: Unicopli.
- MANOVICH, L. (2001) *The Language of New media*. Cambridge (Mass.): MIT Press.
- MURRAY, J. H. (1997) *Hamlet on the Holodek: The Future of Narrative in Cyberspace*. New York: The Free Press.
- ODIN, R. (2000) *De la Fiction*, Bruxelles: De Boeke.
- SFARDINI, A. (2003) "Lo spettatore attivo della Reality Tv" en Giaccardi, C. y Bosco, N. (eds.) *Comunicazione e vita quotidiana, Comunicazioni sociali*, 3, 318-333.
- SMITH, M. J. - WOOD, A. F. (EDS.) (2003) *Survivor Lessons. Essays on Communication*

and Reality Television. Jefferson (North Carolina) - London: McFarland & Co.
 TINCKNELL, E. - RAGHURAM, P. (2004) "Big Brother: reconfiguring the 'active audience' of cultural studies?" en Holmes, S. and Jermyn, D. (eds) Reality Television: A Reader. Londres: Routledge, 252 - 269.

NOTAS

¹Matteo Bittanti y Andrea Bellavita, a quienes el autor agradece sus valiosas sugerencias, participaron activamente en la discusión de la primera versión de este artículo.

²El planteamiento del problema y el propio término "narrativización" proceden de Odin (2000) Sin embargo, nos distanciaremos del modo en que Odin usa el término: la "narrativisation" de Odin corresponde a nuestra "narrativización débil", mientras que nuestra "narrativización" tout court o "narrativización fuerte" corresponde a lo que Odin denomina "narration".

³Por otra parte, el propio Manovich (2001) reduce la distancia entre el texto clásico y el hipertexto, subrayando que un proyecto textual (un algoritmo metafórico) también está presente en una novela o un film. Sobre la idea de espacio lógico, véase Eugeni (1998) y las críticas realizadas por Maietti (2004: 86-93) a una primera versión italiana. A modo de síntesis del debate sobre la narración y el hipertexto, véase Bettetini, Gasparini y Vittadini (1999)

⁴Dado este planteamiento, no podemos sino estar de acuerdo con aquellos autores que insisten (contra los primeros entusiasmos sobre la interactividad y la acción del receptor cuyo acceso deberían permitir los hipertextos) en el hecho de que la experiencia de la recepción ha sido proyectada, en cualquier caso, por el autor implícito (o por la "agencia" responsable de la producción) y que dicho proyecto se encuentra almacenado en el hipertexto. Nos referimos sobre todo a Murray (1997)

⁵Varios observadores han encontrado algunas semejanzas entre el formato de Big Brother y el "simulador de relaciones humanas" de Wright (hasta el punto de denominar hipotéticamente a The Sims con el apodo "Small Brother"), por ejemplo, Flynn (2001, 2002); Dovey (2003) Para sistematizar y profundizar en dicho horizonte de estudios nos remitimos a Sfaridini (2003)

⁶Halbert (2003) ha estudiado (con especial atención a los problemas del copyright sobre la personalidad) las actividades contractuales entre las cadenas televisivas y los individuos que participan en los reality shows.

⁷Por esta razón, diferentes autores han insistido en que The Sims está más cerca de un software toy que de un game propiamente dicho: el game es un marco de interacción, que prevé reglas y objetivos reconocidos y repetibles y, por tanto, una red de esquemas narrativos de desarrollo predecibles. El toy es una caja de montaje (o una wittgensteiniana caja de herramientas) que no permite por sí misma predecir los objetos que se construirán. En concreto, The Sims es un toy de simulación; es decir, que permite construir modelos cronotípicos microdesarrollos espacio temporales que implican determinados espacios, tiempos, individuos y objetos. Véase Bittanti e Flanagan (2003: 21)

ABSTRACT

Algunos formatos de la tele-realidad construyen un Nuevo tipo de narrative design. El significado narrativo ya no es algo "almacenado" a largo plazo en un texto, ni en una estructura lineal, como por ejemplo una novela, una película o un programa televisivo tradicional, ni tampoco en el caso una estructura tipo web, como por ejemplo un hipertexto o un videojuego tradicional. Bien al contrario, el significado narrativo se "produce" dentro de un grupo de textos (los segmentos de un talk show), que a su vez depende de otro grupo de textos (los segmentos vivos), los cuales presentan series de eventos aún no narrativizados. Este tipo de narrative design acomuna formatos televisivos como Big Brother y la última generación de videojuegos como The Sims. El término "realidad" no significa, en ninguno de estos casos, reproducción de una parte del mundo "real", sino más bien simulación de los procesos de "narrativización" de los eventos que integramos en nuestra experiencia de vida "real".

Some reality television formats realize a new kind of narrative design. Narrative meaning is no longer "stored" in a text: neither in a linear structure, like a novel, a movie or a traditional television program, nor in a web-like structure, like a hypertext or a traditional videogame. At the contrary, the narrative meaning is "produced" into a group of texts (the talk show segments) depending upon another group of texts (the live segments) which present series of not-yet-narrativized events. This kind of narrative design join television formats as Big Brother and last generation videogames as The Sims. In all these cases the term "reality" does not mean the reproduction of a part of the "real" world, but rather the simulation of the processes of "narrativization" of the events we realize into our "real" experience of life.

Ruggero Eugeni es profesor de Semiótica de los Medios en la Universidad Católica de Milán y Brescia. Sus principales temas de estudio son la teoría cinematográfica y la semiótica del cine y de los textos audiovisuales, incluyendo los nuevos medios, desde una perspectiva socio-semiótica o semiótico-culturalista. Entre otros libros del autor, cabe destacar *Film, sapere, società. Per una sociosemiotica del testo cinematografico* (1999) and *La relazione d'incanto. Studi su cinema e ipnosi* (2002)

ruggero.eugeni@unicatt.it

EL FORMATO, EL CONTRAFORMATO Y LA COMPETENCIA INTERSEMIÓTICA: EL CASO DE LA ACADEMIA EN LA TELEVISIÓN MEXICANA

ALFREDO TENOCH CID JURADO

LA DEFINICIÓN E INDEFINICIÓN DEL FORMATO TELEVISIVO

En las últimas décadas se ha observado una preocupación creciente por abordar el lenguaje de la televisión procurando identificar los instrumentos de corte metodológico que permitan explicar las características emergentes de los productos televisivos. Al inicio, la atención se ha centrado en la televisión como fenómeno sociológico destacando la espectacularización que muestra de la vida cotidiana, su papel en la construcción del evento global, en la mediación y en el surgimiento de la formación de culturas centrales y periféricas, etc. Sin embargo, desde entonces, la preocupación por estudiar el formato de manera sistemática se manifiesta de manera tangencial, pues coincide con el proceso de maduración de un lenguaje televisivo, que abandona poco a poco los préstamos conceptuales y estructurales que provienen de los lenguajes afines a él (la radio y el cine fundamentalmente), para conformar su estructura característica. El resultado ha sido, por un lado, un lenguaje capaz de generar sus propias formas de expresión, la adecuación de su sintaxis y sus incipientes inmanencias; y por el otro, la competencia intersemiótica predominantemente televisiva en el receptor. Esta competencia ha motivado el interés por conocer la relación que se establece entre el público y la producción, pues ofrece nuevas oportunidades para observar el nivel pragmático de la comunicación televisiva, que se mani-