

## Semiótica de los Medios 1°

cuatrimestre 2024

### Teórico 6

**Mapeo  
(necesariamente)  
incompleto de la  
discursividad  
mediatizada**

**Amparo Rocha Alonso**

Hoy vamos a proceder a una descripción, o “mapeo” de la discursividad Contemporánea mediatizada. Dicho así, suena pretencioso y por ello lo de “necesariamente incompleto”. Tratamos de trazar algunas líneas que consideramos relevantes en el mundo discursivo de hoy, en base a una distinción muy productiva. Además, adelantaré algunas categorías de la TDS de Verón (más una de Traversa), que ustedes verán en mi artículo “A propósito de la prensa gráfica: periódicos y revistas en un nuevo escenario mediático”.

## Unidad 3

**Mapeo (necesariamente) incompleto de la discursividad mediatizada. Algunas categorías analíticas de la TDS. La teoría de la enunciación en medios masivos y en red.**

Estos serán los puntos de esta unidad, que desarrollaré en esta clase: **Mapeo (necesariamente) incompleto de la discursividad contemporánea. La teoría de la enunciación: su origen lingüístico y su operatividad en la discursividad mediática. Las categorías de Discurso/ Historia. Géneros comentativos y narrativos en el nuevo ecosistema mediático. Algunas categorías clave**

**de la TDS: *tecnología, medio, tipo de discurso, géneros L y P, estrategia*. La cuestión del *dispositivo*. Mapeo a partir de los ejes enunciativos Discurso/Historia y Comentario/Relato. La dimensión comentativa en el relato audiovisual. El comentario como género dominante en los medios digitales. Cine y TV: la cuestión de la mirada. Internet: un metamedio.**

Para hablar de eso, en la clase de hoy utilizaremos una conceptualización proveniente de la teoría de la enunciación: el par Historia/Discurso (Benveniste) y Relato/Comentario (Weinrich). Lo haremos solo con un objetivo ordenador. Las herramientas enunciativas y los detalles los verán en práctico, en el texto de Bitonte-Grigüelo. Cuando Verón habla de estrategia, se trata justamente de una enunciación

que abarca la totalidad de materias. Implicadas. Como vimos en el caso de la prensa: lo indicial (diagramación y diseño, todo aquello que interpele y convoque al recorrido de la mirada); lo icónico de imágenes y diagramas y lo simbólico de la palabra escrita, más el conjunto de convenciones de género, estilo, etc.

Pero esta distinción mencionada más arriba es anterior, en el sentido de que ordena el campo. Partimos de la noción de **Discurso** como algo *efectivamente producido*. Mucho antes de Verón, Zelig Harris y Benveniste proponen ese término. En "Semiología de la lengua", artículo que está de bibliografía de referencia para la clase 1, Benveniste "liquida" en un sentido positivo, el proyecto saussureano de una Semiología, describiendo sistemas de significación y concluyendo que la Lengua es el más importante de todos (el interpretante de la sociedad) por tener la doble significancia de la que ya hablamos. Acto seguido dice algo así: "ya agotamos todas las posibilidades de una semiología de la lengua (o sea, de los sistemas): pasemos a una semiología de los discursos". Cuando dice "discurso" está refiriéndose al habla saussureana, como puesta en práctica individual de la lengua (con ajustes, que sería largo aquí de explicar). Una pintura, una película proyectada, una persona hablando, este texto que estoy redactando, noticias que leo en un portal, un panfleto que me entregan alumnos en la puerta de la facultad, una canción que alguien canta... Todo eso y mucho más es discurso. Aquello efectivamente producido, que circula, que está ahí haciendo sentido en la sociedad.

Este mapeo introduce tres núcleos temáticos. Por un lado, la *conversación social*, expresión bastante escuchada, que surge de ámbitos no semióticos, pero que recogemos para pensar en un mundo muy parlanchín, en permanente contacto. Que los integrantes de una sociedad "conversen" no es nuevo; en cada época la conversación se valió de los medios y dispositivos a su alcance (el cara a cara, la carta, el ensayo, la carta de lectores, etc...). Por un lado, aclaremos que la *conversación* en sentido estricto es un género muy estudiado desde la lingüística y la pragmática, que consiste en un intercambio oral entre dos o más participantes en relación simétrica (su estatus es el de hablantes y oyentes), con roles intercambiables (el hablante luego es oyente y así sucesivamente) y turnos de habla que deben respetarse (y si no se lo hace, se incurre en violación a las reglas de cooperación lingüística: cantidad, calidad, relevancia, pertinencia). Pero, cuando aquí hablamos de conversación social lo hacemos en sentido general, vamos a todo intercambio que involucre el yo, el vos (nosotros/ustedes) y el presente y que va desde interacciones de intersubjetividad plena en el cara a cara (Traversa) hasta todas las formas de conversación telefónica, chat, videoconferencia, posteos y comentarios subsiguientes, alocuciones políticas, textos panfletarios, spots publicitarios ("venga a nuestro local, tenemos los mejores precios") etc. Como se darán cuenta, además, esos intercambios pueden ir de la armonía (te contesto con corazoncitos) hasta lo argumentativo (su búsqueda de la persuasión del otro) y la polémica y sus estribaciones: la calumnia y la injuria, que son el límite de lo decible. Si *pólemos* es "guerra" y polémica es una guerra de palabras, hay un momento en que ya no queda nada y pasamos al cuerpo, a los golpes o a las armas. De toda esa enorme conversación social, potenciada por las redes sociales y los dispositivos personales que la hacen extremadamente fácil, esta cursada nos enfocamos en un tipo de discursividad, la política o en torno de lo político (ya veremos), porque advertimos que los límites de lo decible, en cuanto a contenidos (el enunciado) y a las modalidades del decir (la enunciación) se han corrido de manera

preocupante, con carga de gran violencia en algunos casos. aquí y en gran parte del mundo. Se habla mucho de discursos de odio, lo cual es una buena descripción, aunque desde el punto de vista de nuestra caracterización veroniana de los tipos de discurso no es un tipo de discurso, sino una dimensión (ideológica) que atraviesa la vida cotidiana, el discurso político, el informativo y quizá algunos más. Habrá que ir viendo...

Por otro lado, nuestro mundo está repleto de historias y de relatos que las cuentan, y eso nos conecta con la infancia de la Humanidad (estadio de oralidad primaria) y con el niño que llevamos dentro: nos gustan las historias ficcionales o no, y la repetición (el placer de la repetición), ya sea en el chisme, el rumor, en noticias de actualidad, cuentos, sagas y novelas que leemos, vemos (cine, TV) o jugamos (videojuegos). La dimensión narrativa nos atraviesa y, como nunca, desde la pandemia, consumimos muchísimas narraciones, por ejemplo, en gran cantidad de series que se producen en cantidades "industriales".

Por otro lado, como nunca también, nuestra vida urbana, pero ahora también la rural, merced a los dispositivos móviles, etc., está siendo musicalizada. Este proceso es muy nuevo: tiene un siglo y dos décadas. Antes de eso, para estar en contacto con música, había que ir adonde había músicos, o hacer uno música. La grabación de sonido lo cambió todo.

Ahora vayamos a los aspectos más técnicos de todo esto. Benveniste es llamado "padre de la teoría de la enunciación", aunque siempre hay antecedentes, Sin ir más lejos, Peirce y sus legisignos indexicales (este, ese, aquel) y Karl Buhler. Pero sin duda, Benveniste desarrolló con gran detalle la cuestión enunciativa, eso sí, solo desde el punto de vista lingüístico. Luego ha habido reformulaciones sobre la enunciación visual, audiovisual, etc. Pero es una teoría que nace en la lingüística. En el caso de Benveniste:



Benveniste dice que en toda lengua, las personas y los tiempos verbales se organizan en dos grandes grupos, que en términos generales, representan la situación enunciativa básica, dialogar, argumentar (yo, aquí, ahora, te digo...) o narran una historia. En el primer caso, tenemos lo que el autor llama Discurso, que gira en torno del presente y las figuras dialogales: el hablante y el oyente; en el segundo, la Historia, que es “como si nadie la contara”, la 3ª persona o “no persona” y el pasado. “Hola, ¿cómo te va? Bien, aunque me duele un poco la panza” sería el primer caso. El segundo: “En un café, se vieron por casualidad/cansados en el alma de tanto andar/ ella tenía un clavel en la mano/él se acercó, le preguntó si andaba bien...” Esta canción de Fito Páez es una perfecta historia, que comienza con la primera acción principal (Barthes hablaría de núcleos): “se vieron”, seguida de una introducción que “pinta” en segundo plano a los personajes y luego más acciones nucleares: “él se acercó y le preguntó”, etc. Se darán cuenta de que, implícitamente está el discurso “Yo, aquí, ahora, te cuento que, en un café se vieron...pero eso no se dice. La historia parece que nadie la cuenta.

Otro ejemplo: “Caperucita salió de su casa temprano y se internó en un sendero del oscuro bosque...”. Allí hay implícito un discurso: “yo, aquí, ahora, te cuento que Caperucita...”. Así que siempre hay DISCURSO, pero a veces está implícito, subyacente, y otras se explicita, como en “Tomá Vino, que te hace bien. Te lo recomiendo”. Este cuadro está muy simplificado, porque los tiempos eje: pasado (“vivía”, “marchó”) y presente (“convoco”) van hacia atrás y hacia adelante en una constelación de tiempos verbales de la HISTORIA (vivía, había nacido, se encontraría) y del DISCURSO (convoco, he reunido, haremos, griten). Las marcas de tiempo y espacio, por su lado, también tienen su constelación. Aquí van solo algunos ejemplos de formas equivalentes de tiempo y lugar en el discurso y en la historia: cuando digo “hoy me pasa esto”, en un relato sería “ese día le pasó eso”. Pasamos del discurso a la historia.

**En primera instancia todo es DISCURSO que se organiza en dos regímenes enunciativos:**

discurso	historia
<ul style="list-style-type: none"> <li>• aquí</li> <li>• hoy, ayer, mañana</li> <li>• hace un año</li> <li>• en tres años</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• en ese lugar</li> <li>• ese día, el día anterior, el día después</li> <li>• un año antes</li> <li>• tres años después</li> </ul>



Otro lingüista, Harald Weinrich, hizo una distinción muy parecida entre lo que llama Mundo Narrado o Relato y Mundo Comentado o Comentario, que encontrarán en el texto de Bettetini sobre el tiempo del comentario en el cine.

Weinrich analiza los tiempos verbales propios de cada régimen o mundo discursivo y destaca géneros propios de uno u otro. Fíjense que siempre hay cruces y excepciones, por ejemplo, hay relatos en 1° persona y no en 3° (memorias, autobiografías), pero en el que esa 1° persona es equivalente a la 3°. Hablo de mí como si hablara de otra.

Hay un relato que no es en pasado, sino en tiempo real, en presente de la enunciación: el relato deportivo, de fútbol, de automovilismo, de boxeo, básquet, que es en presente. Fíjense que, además, como estructura convencional mediática, el relator siempre va acompañado por un comentarista (o sea, hay relato y comentario). Por otro lado, hay muchos géneros del comentario que son en 3° persona, como algunos géneros periodísticos como el editorial gráfico: es en presente, pero impersonal, nunca asoma el yo, pues es la voz del medio en general. Nuevamente hay excepciones, como editoriales firmados y en radio y TV son más personalizados pues están encarnados en una voz o un cuerpo.

Volviendo al tema del relato futbolístico, en presente, fíjense que es lo más cercano a un film narrativo ficcional. Para decirlo de otro modo, en cine, todo se da en presente, por más que la historia contada transcurra en otro tiempo. Pero una la ve en presente, de la misma manera que el relator de fútbol nos cuenta en presente. ¿Por qué? *Porque hay una mirada*: la de la cámara, que yo como espectadora asumo y miro al tiempo que se va desplegando la película; o la del relator que me cuenta: él ve, aunque yo no vea (en la radio, por ejemplo). Lo importante aquí es la mirada, aunque también está la cuestión del sonido. Hay un autor que habla de *audiovisión* (Chion), porque se trata

de un discurso audiovisual. pero por ahora retengamos lo de la mirada. Como dije, en

el cine, la mirada primera es la de la cámara; en segundo lugar, la del espectador, que mira siempre lo que la cámara tomó. Eso es lo que va a trabajar Metz.

En esta discursividad contemporánea, un medio con una historia ya de más de un siglo, el cine, ha quedado del lado del Mundo Narrado. Porque los medios, en tanto tecnologías, tienen muchas posibilidades, pero los usuarios disponen. Si con el cine puedo hacer documental, transmitir noticias de actualidad (“Sucesos argentinos, por ej.) o registrar experimentos de laboratorio (como se hizo antes de la televisión), en realidad, lo que triunfó fue la película narrativa de ficción. Esa fue, en especial, la *de factura ordinaria, de enunciación transparente, clásica* la que capturó la imaginación de millones y millones de espectadores, por décadas. Y lo sigue haciendo.

¿Por qué? Bueno: algo ya dijimos del poder de los relatos, de sumergirnos en una historia y vivirla. En su momento (años ´70) ha habido muchas explicaciones, ideológicas (ese cine reproduce la ideología dominante, “lava” los cerebros de la gente) pero Metz, sin negar el poder de la industria, se inclina por una explicación que apunta al modo en que el dispositivo cinematográfico: cine narrativo ficcional más sala oscura, genera un efecto en la psiquis del espectador, un efecto entre el sueño y la ensoñación o fantasía diurna (una película que uno se inventa para sí mismo y se proyecta una y otra vez en la pantalla de la mente.

Christian Metz estaba muy influido por el psicoanálisis. “Historia/Discurso: notas sobre dos voyeurismos” es del año 1973 y está en el libro *EL significante imaginario: Psicoanálisis y cine*(1977). Hago hincapié en las fechas, porque en la bibliografía hay otro texto, más psicoanalítico aún, y feminista, de solo dos años después, de Laura Mulvey. Ambos textos se complementan y este último aporta elementos para entender cosas de “El cuerpo reencontrado”.

Metz va a decir que

**El film de factura ordinaria, narrativo de ficción**

**hereda o prolonga históricamente la forma y la tradición de la novela realista del s. XIX; la imita semiológicamente y la reemplaza en los consumos sociales.**

Es decir, este cine clásico, que se forjó en las décadas del '30, '40 y '50, pero que sigue activo actualmente es como la novela de Dickens, Tolstoi, Balzac o Pérez Galdós. Una novela de pura trama, con largas descripciones(en el cine, a cargo de la cámara) y en la que el espectador se sumerge, para salir de su mundo cotidiano.

Ahora hay un resurgimiento en los jóvenes, de la lectura de largas sagas fantásticas. Fíjense que no es narrativa realista, pero su enunciación es similar: la narración, sin juegos de lenguaje o interpelaciones que saquen al lector de ese mundo en el que se metió. El cine narrativo ficcional y la sala de cine representan eso: la evasión en la historia. El cine reemplazó en gran parte a la lectura de novelas y de folletines.

<b>HISTORIA/DISCURSO: NOTAS SOBRE LOS VOYEURISMOS</b>	
<b>Teoría de la enunciación</b>	<b>Psicoanálisis</b>
<ul style="list-style-type: none"><li>• HISTORIA</li><li>• DISCURSO</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>• EXHIBICIONISMO/VOYEURISMO</li><li>• IDENTIFICACIÓN</li></ul>

# HISTORIA/DISCURSO CINE/TEATRO

## TEORÍA DE LA ENUNCIACIÓN

- **HISTORIA:** la película clásica, narrativa de ficción se presenta como pura historia.
- Para ello borra todas las marcas de enunciación de su superficie. Narración en 3° persona de la cámara.
- **DISCURSO:** la institución cine “apela” al espectador-consumidor por medio de los créditos, los trailers, los afiches, las entrevistas a los participantes, las redes, todo el aparato publicitario. Hay un “yo”, la industria, y un “tú”, el espectador.

## PSICOANÁLISIS

- **CINE:** a partir de ese borrado de marcas enunciativas, el espectador asume el lugar de la cámara (identificación primaria) y “espía”, “sorprende” a los personajes en su accionar. Voyeurismo de “ojo de cerradura”.
- El espectador se encuentra en estado de submotricidad e hiperpercepción visual y sonora.
- **TEATRO:** en él se da el juego entre exhibicionismo (el darse a ver) y el voyeurismo triunfal. Ambas partes son conscientes del juego.

Entonces, el objeto de Mez es la **película narrativa de ficción clásica hollywoodense**, y para explicar su éxito acude al psicoanálisis, con ayuda de la teoría de la enunciación. Su objeto también va a aparecer como película de factura ordinaria, de historia, de narración y representación. En el título ya están esos elementos: Historia y Discurso (Benveniste) y dos tipos de voyeurismo, que él va a identificar con el teatro y con el cine respectivamente.

La idea es que el cine clásico de Hollywood, o de otros lugares, pero que replicaron el modelo, es un **cine de enunciación transparente**. ¿A qué llamamos cine clásico? A un cine, como dije, narrativo de ficción que hereda o prolonga históricamente la forma y la tradición de la novela realista del s. XIX; la imita semiológicamente y la reemplaza en

los consumos sociales. Como dije, es un tipo de narración que pervive hasta nuestros días, que crea mundos cercanos al del lector, pero que, además, utiliza estrategias enunciativas tendientes a meter adentro de la historia al lector, hacerlo vivir, padecer, sentir la historia y a identificarse con algunos personajes, en general, los protagonistas.

Una narración en 3° persona, en la que el narrador aparece contadas veces comentando, pero que la convención hace que el lector lo acepte y siga adelante con ese sumergirse en la historia. Muchas descripciones, lo cual hace que el pasaje a

un medio audiovisual sea sencillo, ya que un paneo de cámara reemplaza una larga descripción de espacios, rostros, cuerpos, interiores, paisajes... Yo diría que, incluso en escrituras no realistas, sino de ciencia ficción o fantasía, se mantiene esa enunciación transparente, porque está hecha de tal manera que contribuye a esta posibilidad de sumergirse en la historia, vivirla y hacer catarsis, como diría Aristóteles. Fíjense que ahora se habla mucho de inmersión. Vamos a dejar esa palabra para los entornos digitales. Aquí, fieles a la matriz psicoanalítica, hablaremos de identificación: con la cámara y con los personajes. Esta posición del espectador también la encontramos en el teatro naturalista. Contra eso es que se rebelaron las vanguardias literarias, teatrales y luego, cinematográficas: si la enunciación transparente le ofrece esta comodidad al sujeto burgués -el arte como entretenimiento y evasión-, las vanguardias harán todo por "opacar" el discurso, marcándolo de tal manera que el espectador deba tomar conciencia de que todo es artificio. Es lo que hace Brecht en teatro, el *nouveau roman* o novela objetivista y la *nouvelle vague* y otras vanguardias en cine. En alguna clase me referí al juego entre transparencia y opacidad en el signo, según Recanati. Aquí es el discurso transparente, que deja ver del otro lado -la historia- o el que se exhibe a sí mismo con todos sus recursos y estrategias enunciativas (opacidad). Podríamos decir que la cultura masiva apuesta por la transparencia, porque hay una estructura universal narrativa que proviene del mundo de la oralidad primaria y que está muy ligada a la infancia: como dije antes, nos gusta mucho que nos cuenten historias para vivirlas, y que lo hagan siempre de la misma manera. Entonces, la cultura masiva recoge lo narrativo y la repetición. Cuando algo se repite, se convencionaliza. La cultura masiva es una cultura redundante, repetitiva, que no arriesga. Tenemos el caso de la canción popular y de los relatos populares (novela realista, folletines, fotonovelas, radioteatros, telenovelas, series). Lo más interesante es que esa enunciación transparente es tan artificiosa como la otra, pero por sedimentación de siglos, o porque apela a estructuras arcaicas que conectan con el psiquismo, ese artificio no se nota, vivimos lo narrado como "la realidad". Pero volvamos a este cine clásico. A menudo he preguntado a los alumnos qué entienden por cine clásico y las respuestas no son muy acertadas, es decir, no coinciden con las ideas canónicas, simplemente porque los años y las décadas pasan y hay nuevos clásicos. La noción de clásico es relativa: Beethoven fue un rupturista en su momento, pero, *en un sentido*, ya es un clásico. En el cine, Spielberg es un clásico y, debemos decir que su narrativa responde a lo que Metz llama cine de "pura historia", lo mismo la saga de Star Wars, por ejemplo: tanto a nivel del montaje audiovisual como de otros parámetros, la música, etc. claramente son herederos de la novela realista del s. XIX. Sin embargo, cuando Metz habla del cine clásico de Hollywood se refiere a las décadas del 30, del 40 y hasta del 50, una época en que termina de constituirse un lenguaje, una forma de narrar cinematográficamente que persiste vigorosa hasta nuestros días. ¿Cómo es esa enunciación transparente? En principio, no hay formas violentas de interpelación al espectador, como la mirada a cámara, aunque se usa mucho la voz en *off*; los actores, como en el teatro de "cuarta pared" actúan como en la vida misma, indiferentes a las miradas ajenas, a la idea de que luego habrá espectadores; el montaje, tanto visual como sonoro es fluido, sin grandes discontinuidades (se usan

mucho los fundidos); no hay grandes movimientos de cámara, como los zoom que luego se usaron en los 60' y 70'; la composición es equilibrada; cuando hay diálogo, se oye. En definitiva: todo fluye, contribuye a hacer olvidar al espectador que lo que tiene adelante es un artificio, una elaboración complejísima hecha por un montón de personas. Para él, lo que ve es la vida misma. Directores como John Ford (La diligencia), William Wyler, Billy Wilder, Raoul Walsh, Howard Hawks son algunos nombres que podemos citar. Billy Wilder decía "Una buena puesta en escena es aquella que no se nota", lo cual es un resumen de lo que es la enunciación transparente. Ahora bien, como les decía, hubo muchos aportes que en su momento resultaron llamativos, "opacos": pongamos por caso la profundidad de campo usada por Orson Welles o infinidad de recursos visuales y sonoros que introdujo Hitchcock. Ellos y sus aportes también, en un sentido, entrarían a formar parte de los clásicos, pero en el sentido en que lo desarrolla Metz, no.

Veamos ahora cómo se articulan estos cuatro elementos: el espectador se enfrenta a una pantalla "transparente", porque la enunciación está borrada en todo lo posible. Esto significa simplemente que no se hace notar: no me doy cuenta de que hay cámara (¡y micrófonos!), de que hay corto y pego, de que hay música incorporada, de los movimientos de cámara, de que hubo un fotógrafo que encuadró y compuso cada cuadro, etc. A través de la pantalla, el espectador se mete dentro de la historia y la vive: sus ojos se identifican con el ojo-cámara (identificación primaria) y luego, con algunos personajes: llora, ríe, se conmueve...(identificación secundaria). Es un espion, un voyeur que está tras de la puerta con el ojo aplicado a la cerradura. Esa es la película, el texto, pero el cine-institución-industria sí que se dirige al espectador invitándolo, reclamando su atención dentro del texto, en los márgenes, en los créditos, los títulos y por fuera, por medio de publicidad, y todo el metadiscurso (trailers, entrevistas, afiches, hasta objetos, etc.).

En los créditos, por ejemplo, tenemos una bisagra entre la historia de ficción y el afuera. En los créditos, el espectador hace una operación de articular seres ficcionales con actores de carne y hueso, y así con todos los oficios que van apareciendo; fotografía, edición, casting, hasta transporte y catering. Es el pasaje entre **el adentro, aspecto enunciativo, y el afuera, aspecto comunicativo.**

El teatro, por su parte, es como un *striptease*: alguien se desnuda para otro. Ambos saben del otro, ambos sienten placer en ese conocimiento mutuo. Por eso es un exhibicionismo-voyeurismo *triumfal*.

Este par exhibicionismo-voyeurismo es lo que Freud llama relaciones perversas, tales como sadismo-masochismo, o fetichismo. Relativicemos esta palabra “perversión”, quitándole esa connotación negativa tan fuerte que tiene. Lo importante para nosotros es cómo Metz explica el enorme atractivo de este tipo de cine por cuestiones de régimen psíquico, evadiendo las explicaciones sociológicas o de lecturas ideológicas, tipo: “es el cine del Imperio, que lo impone con todas las herramientas de dominación”, “su ideología burguesa conecta perfectamente con el ideario pequeño burgués del público medio”. Metz no niega el poder de la megaindustria capitalista del cine, pero dice que hay algo más, que tiene que ver con el deseo, con el placer del espectador, en el sentido psicoanalítico.

Para resumir: el espectador se sumerge en la historia que le cuentan, y puede hacerlo porque encuentra una superficie transparente. El film se presenta como una pura historia que nadie cuenta, el espectador mira como a través del ojo de la cerradura, es un “mirón”, disfruta espiando. Se identifica con el ojo de la cámara en primer término y con personajes y situaciones en segunda instancia.

Y acá vuelvo a mi artículo “A propósito de la prensa...”: allí retomo a Oscar Traversa que insiste en que Metz se dedica no al cine como medio en general, sino a un tipo de dispositivo (esa palabra la usa Traversa) histórico que combina película narrativa de ficción clásica con sala de cine y consumo ritualizado. En esta época estamos lejos de ese dispositivo, aunque, por supuesto, todavía hay mucha gente que concurre al cine, un cine no pochoclero, o incluso este cine. Consumimos mucho cine, mucha narración seriada o episódica (series), hermana del cine, pero lo hacemos a través de una multiplicidad de dispositivos. Últimamente he tomado prestada la palabra *desacople* para señalar este fenómeno de la separación entre medio y dispositivo: mientras que durante décadas el cine estaba ligado al proyector y a la cinta de película (fíjense que llamamos al texto por su material: film, película -el celuloide), aunque ahora la proyección digital prescinde de la cinta, luego se pudo ver cine en la televisión abierta, de cable, en videocasetera, DVDs, plataformas y en diversas pantallas. Se sigue consumiendo cine, y narración ficcional audiovisual, sin la menor duda. Pero la industria ha tenido que reacomodarse ante cada nueva aparición de formas de consumo.

Finalmente, podemos comparar esta postura de Metz con lo que propone Bettetini: esta idea de que, aún en el cine más narrativo vamos a encontrar marcas enunciativas o *índices comentativos* que se articulan dando lugar a esos cuatro tipos de comentarios: Comentario atemporal, Relato comentativo, Comentario explicitado verbalmente y Comentario extranarrativo. Esos índices dependen, para este autor, del dispositivo técnico y pueden ser tipos de plano, encuadres, movimientos de cámara,

banda sonora, uso expresivo del color, montaje, etc. Dependerá que sean verdaderamente indicios de comentario su lugar dentro del relato. Por ejemplo, en el film de suspenso (relato comentativo), ciertos índices como los planos, la banda sonora, la iluminación son muy usuales; en otros casos puede ser el montaje u otro, En el sitio de la materia hay ejemplos excelentes que María Rosa del Coto dejó para ustedes, para que vean funcionando las categorías de análisis.

Cierro con dos ejemplos y dos anécdotas actuales. Los ejemplos son:

**Cine clásico, enunciación transparente:** *La diligencia* (John Ford, 1939)

[https://www.youtube.com/watch?v=m597TtqsFkQ&ab\\_channel=WesternFilms](https://www.youtube.com/watch?v=m597TtqsFkQ&ab_channel=WesternFilms)

**Cine de vanguardia** (en este caso, la **nouvelle vague**): el personaje mira a los espectadores y los nombra como tales.

Pierrot el loco (Godard, 1965)

[https://www.youtube.com/watch?v=9roYGIWYHsE&ab\\_channel=prfit](https://www.youtube.com/watch?v=9roYGIWYHsE&ab_channel=prfit)

Ahora bien, en relación con el otro medio audiovisual, la televisión, veremos también la cuestión de la mirada:

## Cine y TV: cuestión de miradas

### cine

- **Forma dominante: cine narrativo ficcional**
- **Prohibición de mirada a cámara en casi todos los géneros (drama, acción, aventuras, terror, thriller, policial, comedia romántica)**
- **Excepción en la comedia o el musical, o al comienzo o al final del film**
- **Casetti**

### TV

- **Géneros con mirada a cámara (comentativos)**
- **Eje de los ojos en los ojos (dimensión indicial): contacto y caución de referenciación**
- **Ej: noticiero, actualidad, entretenimiento**
- **Ficción narrativa**
- **Reality show (narrativo)**
- **Spot publicitario (comentativo)**
- **Spot político (comentativo)**

Si el cine se decantó por la narración ficcional, la televisión, por su posibilidad del directo, se decantó por los géneros no ficcionales, con una enunciación que gira en torno de la mirada a cámara o eje O-O (ojos en los ojos). Y aquí retomamos a Verón y lo indicial (la mirada a cámara, la interpelación de la voz con palabras deícticas; "Buenas noches, ¿cómo está? Hoy hace calor...") en géneros como el noticiero, el entretenimiento, etc.

Si el cine de ficción hay una prohibición de la mirada a cámara, ya que devela el trabajo técnico y el artificio todo, en la TV, la mirada a cámara articula la enunciación en general, organizando imágenes y palabras orales y escritas. Para Verón, los géneros comentativos son lo esencialmente televisivo. La ficción y la publicidad son injertos.

En cuanto a lo narrativo y lo comentativo en el mundo digital: e mails, chats y comentarios en foros, etc, son

claramente comentativos, “conversacionales”. El comentario, que siempre es “acerca de”. O sea, metadiscursivo, es un género estrella en el mundo digital, ya que permite la expresión y la opinión. El filósofo francés Eric Sadin (*El imperio del individuo. El fin de un mundo común, 2020*) reflexiona acerca de la expresividad: cada individuo actual siente la necesidad, el deber y el deseo de expresar su profunda singularidad. Los comentarios son el género perfecto para ello: meramente expresivos (corazoncitos o “¡Amooo!” o expositivo-argumentativos). Los posteos y las historias, en cambio, pueden responder a ambos regímenes: pueden ser interpelativos mediante palabra y/o imagen (mirada a cámara, texto), o fragmentos de una narrativa más vasta (un paisaje en imagen fija o en video), donde recuperamos una historia.

A su vez, si una mira, lee y escucha el devenir de los posteos en una red, reconstruye una narrativa, fragmentaria, sí, pero donde se advierte esa concatenación y transformación de acciones y pasiones de las que hablaba Paolo Fabbri.

## géneros en la red

- **E mail**
- **Chat**
- **Posteo**
- **Comentario**
- **Historias de Instagram, Facebook, Tik Tok**

Dos palabras acerca del discurso musical. Aclaro que no se vio en el teórico presencial. Como dije, toda música es discurso que alguien (o algunos) producen para otros. Sin embargo, puede pensarse en la narratividad musical. No el relato, ojo, sino una dimensión narrativa.

## Discurso musical

- La música sin letra supone una cierta narratividad (Fabbrì: concatenación y transformación de acciones y pasiones). Es el sonido el que va sufriendo peripecias, tensiones y distensiones en la música tonal especialmente. En otro tipo de músicas, la repetición es el principio constructivo (minimalismo); lo contrario (serialismo integral), que va en contra de toda expectativa de repetición.
- La música, cuando hay letra, está imantada por la fuerza de la palabra: será narrativa cuando la letra lo sea y comentativa, cuando suceda lo contrario.

---

Y vamos a esas herramientas metodológicas de las que les había hablado hoy y que aporta Verón. Les pongo un ejemplo: en el mercado argentino hay varias revistas femeninas: Para Ti, Mía, Cosmopolitan, Elle, Vogue; también hay periódicos de alcance nacional: Clarín, Página 12, La Nación, Crónica, El Popular, Perfil (llamado diario, pero que sale dos veces por semana). Tanto revista femenina como periódico/diario son productos en un mercado de bienes simbólicos. Como tales, también tienen un valor material. Es lo que Verón llama **género-producto**. En el ecosistema mediático pre-Internet, cada título correspondiente al mismo género P competía fuertemente por un segmento de público consumidor, que debía elegir cuál título comprar. A su vez, ese **lectorado** se vende a los anunciantes, con lo que no pocas veces el título está tensionado entre la fidelidad de sus lectores y los valores de sus anunciantes. Esto se ve, por ejemplo, en muchos programas de radio muy críticos del capitalismo, auspiciados por grandes transnacionales. Como el capital no tiene pruritos en ese sentido, de manera muy pragmática ayuda a mantener económicamente a programas que le legan, seguramente porque en general han demostrado ser bastante inocuos.

Como los géneros P se definen por su núcleo temático (el mundo femenino, que en épocas de deconstrucción y cambio de paradigma se ha transformado muchísimo; la actualidad), debían competir en sus **estrategias** enunciativas: tapa, primera plana, colores, fotos, diseño, ilustración, modalidades del decir, etc. Queda claro que la aparición de los sitios web de esas revistas, diario y demás cambió la naturaleza de la competencia, ya que el usuario-consumidor puede deslizarse de título en título sin tener que elegir por constrictión económica.

Todo género producto alberga diversos **géneros L**: editorial, nota de opinión, crónica, reportaje, entrevista, horóscopo, carta de lectores, galería de fotos, necrológicas. Este género responde a la clásica definición de Bajtin o de Steinberg. Una organización textual fácilmente reconocible, estabilizada socialmente.

## géneros L y P

- **Género L** (de literario, lingüístico): un agenciamiento particular de la materia del lenguaje-un formato
- **Género Producto**: un bien simbólico en el mercado, cuyos títulos compiten entre sí por posicionarse y ganar lectores y anunciantes

## **ejemplos de géneros L y P**

- En una **revista** o en un **diario** (**géneros P**) puedo encontrar estos **géneros L**: **editorial, entrevista, crónica, nota informativa, nota de opinión, carta de lectores, reseña, aviso publicitario, horóscopo, tira cómica, solicitada**

# estrategia

todo **género P** se corresponde con un campo temático (la actualidad, lo femenino, el deporte, la decoración, el turismo, el arte, la literatura)

Los títulos correspondientes al mismo género P compiten elaborando **estrategias enunciativas** a nivel verbal, gráfico (letras, imágenes, diseño, diagramación)

Esas estrategias se articulan en función de un **contrato de lectura**, es decir, ese conjunto de modalidades verbales y gráficas de decir algo encuentran tres caminos posibles o vínculos con los lectores: un **vínculo objetivo, uno pedagógico y uno cómplice**.

# Contrato de lectura

- **Lo propone el título**
- Puede ser
  - **OBJETIVO**
  - **PEDAGÓGICO**
  - **CÓMPLICE**

Si en una página de diario, quizá la primera plana o en pantalla aparece “Argentina ganó 3 a 0” es una pura información, en 3° persona, Modo Indicativo, sin opinión ni adjetivos ni ninguna marca subjetiva del tipo “porsuerte”, o signos de exclamación”. Ese es el contrato objetivo, que establece una máxima distancia entre enunciador y enunciatario y un efecto de que algo *se dice*, no lo dice alguien para alguien.

Si aparece “¡Ganamos!” o “¡Los pasamos por arriba!” se establece una cercanía con el lector mediante el nosotros inclusivo (ganamos, pasamos) y las marcas de emoción (¡!), más el cuerpo de letra y algunos elementos gráficos. Este es un contrato cómplice, que establece máxima cercanía con el lectorado y una relación de simetría.

El contrato pedagógico, finalmente, lo encontramos en notas explicativas, en la divulgación científica o de otro tipo, en el discurso instruccional (recetas para..., consejos, tips, etc.) y en el uso de diagramas (infografías y otros), ilustraciones, todo tipo de recursos para aclarar temas. Se propone una relación entre enunciador y enunciatario, pero asimétrica: uno sabe y el otro no.

A su vez, por la sociedad circulan y se entrecruzan diversos **tipos de discurso**: político, religioso, informativo, científico, publicitario, artístico, literario... Los géneros son propios de cada tipo de discurso: la novela y el cuento, del literario; el informe, el ensayo y el paper, del científico; el spot, el jingle, del **publicitario**; la alocución pública, la arenga, el panfleto, del político, y así.

## tipos de discurso

- **Se relacionan con instituciones que corresponden a un determinado ámbito social**
- **Producen imágenes de enunciadores y destinatarios específicas**
- **Generan un juego de ofertas y expectativas**

# ejemplos de tipos de discurso

- *informativo-político-científico-religioso-artístico, publicitario*
- Ej. INFORMATIVO: -se relaciona con el sistema de medios y la regulación del Estado
  - enunciador** impersonal/**destinatario** ciudadano nacional motivado por el colectivo mundo
  - oferta**: informar sobre el objeto actualidad
  - expectativa**: ser informado sobre la actualidad

Los tipos de discurso atraviesan **los medios**: los medios masivos y los medios en red. La publicidad atraviesa los medios. La información también. También en algunos casos, la comunicación no mediatizada, el famoso cara a cara, pero lo cierto es que la progresiva complejización social debida al proceso de mediatización hace que gran parte de nuestra vida simbólica esté atravesada por los medios. De esto vamos a hablar en clases sucesivas.

Eliseo Verón

Prensa gráfica y discursos sociales: macroconceptos

- SOPORTE (TECNOLÓGICO)
- MEDIO (SOCIOLÓGICO)
- TIPO DE DISCURSO
- GÉNERO L
- GÉNERO P
- ESTRATEGIA

## macroconceptos

**Soporte (tecnológico)**

**Medio (sociológico): soporte+ uso social  
(acceso público, producción de discursos-  
mercancía- Traversa)**

**ej.: libro-afiche-prensa-disco-radio-TV-internet**

sentido (P-C-R), más un uso social. Social quiere decir *no individual ni familiar*. El video casero, tecnología muy usada en los '80 (recordarán los VHS), el video familiar no es un medio, pero sí la TV abierta o de cable. En todos los casos, se usa la misma tecnología: producción de imagen y sonido en un soporte magnético.

Como ven, fui de atrás para adelante: empecé por los títulos de cada género P compitiendo mediante estrategias, para llegar a las tecnologías que hacen posible la mediatización.

Nos queda la noción de **dispositivo, como una configuración material y organizacional que vincula al discurso con su usuario.**

## dispositivo

- **Un *dispositivo* es, para Jacques Aumont (1992: 143), un conjunto de elementos materiales y organizacionales que establecen un vínculo entre el discurso y su usuario.**
- **Oscar Traversa (2001: 242) sitúa al dispositivo entre la tecnología y el medio: el dispositivo establece una vinculación entre el discurso y su usuario**

Una película de acción es un género cinematográfico (género L) propia de un medio, el cine. Pero esa película puede llegar a nosotros por TV, por plataformas, en un televisor o Tablet o notebook o celular. Todo dispositivo genera disposiciones, hábitos culturales, como mirar para abajo. La generación cabizbaja ya se transformó en la cultura cabizbaja por el uso de celulares.

# dispositivo-disposiciones

- **Todo dispositivo implica necesariamente disposiciones corporales, cognitivas, culturales**
- Ej.: ver un cuadro en un libro de reproducciones, como ilustración en la prensa, como decoración de un jarrito, en un museo, en internet, en la visita virtual a ese museo

La cuestión del dispositivo permite un desacople, palabra muy en boga, entre medio y consumo que originalmente no podía darse. Es decir, en susinicios y hasta los años ochenta, televisión y televisor eran lo mismo, iban juntos, pero ni bien apareció la videocasetera comenzó el desacople. Lo mismo había pasado antes con el cine, atado a la sala y al proyector y las famosas “latas con cintas”. Fíjense que ya en ese caso, que abarcó unas cuantas décadas, ya había varios dispositivos: la sala canónica, la plaza del pueblo, el autocine, el cineclub... Pero aún el cine estaba encadenado, por así decirlo, al proyector en una sala oscura. Ni bien comenzó a proyectarse cine por TV, comenzó el desacople que continúa hasta ahora de muchas maneras: cine por videocasetera hogareña, cine en TV abierta y de cable, cine descargado o por streaming en plataformas, en la pantalla del televisor, en la compu, en el celular... Más dispositivos con sus disposiciones.

La idea de escribir sobre la prensa gráfica fue a partir de que se nos impuso un nuevo escenario mediático, que ya lleva 20 años, con sus transformaciones, a partir de la revolución digital. Pensar en un escenario con productos en papel es ya de otra época. Ahora: tampoco desaparecieron del todo: fueron llevados a los márgenes y conviven con los portales de noticias, los blogs, los news letter. Eso, por supuesto, refiriéndonos a la información. Podríamos agregar los canales de streaming, la radio (que también es video-radio), un panorama extraordinariamente complejo de lo que es la actualidad informativa. Obvio que lo más directo y equivalente al Clarín en papel es el Clarín digital, pero cuando uno se adentra en él, es un mundo gráfico y audiovisual. Para eso, y para ver otras cuestiones, como los tipos de análisis está mi artículo.

Las dos clases que vienen las tendrán con la Adjunta, María Elena Bitonte. Nosotres nos veremos en la clase 10, sobre discurso político.

Muchos saludos y que estén bien!