

ELISEO VERÓN
Universidad de París VIII
ESPACIOS PUBLICOS EN IMÁGENES
(Traducido del francés por Julián Gorodischer)

DE LA IMAGEN SEMIOLÓGICA A LAS DISCURSIVIDADES

LOS TIEMPOS DE UNA FOTOGRAFÍA

LA DERIVACIÓN ESTRUCTURALISTA

Si la semiología hubiera devenido, en Francia, la ciencia con la que soñaban sus fundadores, el año 1991 habría sido un año dorado: habríamos festejado el trigésimo aniversario de la aparición del primer número de **Comunicaciones**, revista que durante los años sesenta fue el principal testigo de la "aventura semiológica"⁽¹⁾.

En ese primer número, Roland Barthes publicaba un artículo titulado "El mensaje fotográfico". A pesar de la generalidad de su título, el texto trataba esencialmente sobre la fotografía de prensa (Barthes, 1961) ⁽²⁾.

Tres años más tarde aparecían tres textos históricos en el número 4 de la misma revista. Uno de ellos fue "Elementos de semiología", al cual Roland Barthes había dedicado dos años antes su seminario en la Escuela Práctica de Altos Estudios (Barthes, 1964a). Recién llegado de Buenos Aires, yo seguí ese seminario a título de estudiante becado en el extranjero. Los "elementos de semiología" marcaron el inicio de un proyecto científico de semiología francesa en su conjunto, después de la abundancia, aún ambigua, de las "Mitologías" (Barthes 1957). Después, otro artículo de Barthes, "Retórica de la imagen": nuevamente, a pesar de su título, analizaba una publicidad para las pastas Panzani (Barthes, 1964b). Siempre dentro del mismo número podía encontrarse un artículo de Christian Metz: "El cine: ¿lengua o lenguaje?" (Metz, 1964). A diferencia de los dos textos de Barthes sobre la imagen fotográfica, el título de Metz anunciaba en forma precisa la problemática del artículo: se trataba de uno de los textos fundadores de lo que sería la "semiología del cine".

Hay síntomas que acompañan esta puesta en marcha de la semiología francesa. De un lado, tenemos la proclamación del derecho a la existencia de una nueva disciplina, en los "Elementos de semiología". Del otro vemos las primeras escisiones de campos específicos ligados a la disciplina naciente, muchos de ellos concernientes a las imágenes -nada más normal-. De estos campos específicos, se delinean dos tipos de actitudes. En el caso de Barthes, se percibe una diferencia notable entre lo anunciado en el título y lo concretamente trabajado. Se anuncia el mensaje fotográfico y se habla de la prensa; se anuncia la retórica de la imagen y se analiza una publicidad. Por el contrario, Metz anticipa en el título simplemente sobre lo que se va a interrogar: el cine.

Estas dos actitudes, presentes en el surgimiento de la semiología, expresan dos modalidades de evolución que marcarán la historia ⁽³⁾ de la disciplina. La falta de correspondencia, la diferencia entre la generalidad del título y la especificidad del objeto abordado indica en los textos de Barthes -desde el comienzo- un malestar que habita la relación entre la nueva disciplina de la cual uno proclama su nacimiento y los objetos que ella entiende darse.

Era la época del estructuralismo triunfante. La lingüística estructural aparecía entonces como el paradigma de cientificidad en "ciencias sociales". ¿Qué más natural para la semiología, ciencia nueva y por lo tanto sospechosa, que buscar su legitimidad al amparo de una ciencia madre tan prestigiosa?. De allí la tentación irresistible de abordar los nuevos objetos con modelos de la lingüística. Lingüística estructural post-saussuriana- en el caso de Barthes-; lingüística hjelmsleviana -en el caso de Greimas-; lingüística martiniana -en el caso de Prieto-. Frecuentemente, este esfuerzo de legitimación estaba acompañado por la afirmación de "universalidad de la lingüística", y se veía -sobre este modelo- "una teoría semiótica generalizada, responsable de todas las formas y manifestaciones de la significación", como diría más tarde Greimas (Greimas, 1968). Entonces, se afirmaba que se ocupaba de todo.

Una de las características de las teorías lingüísticas del horizonte estructuralista es la de haber heredado un postulado saussuriano originario según el cual la lengua es una institución, por lo tanto un objeto sociológico por excelencia. Reservorio de modelos que asocian rigor y poder descriptivo, la lingüística aparecía como la fuente ideal de donde tomar las herramientas de la nueva ciencia de los signos. En realidad, la "segunda fundación" de la

lingüística, chomskiana, estaba ya en marcha. Ella terminaría por revertir radicalmente la problemática del lenguaje, pero en Francia se lo comprendería mucho más tarde ⁽⁴⁾. La teoría generativa-transformacional mostraría que si se afirma una "universalidad" de la ciencia del lenguaje, esa universalidad no tiene nada de social. En cuanto a la semiología estructuralista, se mantendría insensible a la dimensión social de los objetos (fotografía de prensa, publicidad, etc) tomados como punto de partida del análisis. Esto es sólo paradójico en apariencias ya que la proclamación sociológica, de inspiración durkheimiana, del *Curso de lingüística general* no obtuvo jamás buenos resultados (sobre el tema ver Verón, 1988).

Es allí donde yo afirmaré que la derivación estructuralista confirma que no tendrá nunca proporción entre la generalidad de la ambición anunciada y las particularidades de los objetos estudiados: la "semiología de la imagen" no verá nacer el día. En esta derivación, la no correspondencia entre título y texto -cuyo germen son los artículos de Barthes que evoqué- se fue exacerbando cada vez más.

El síntoma devino en síndrome.

En 1976, dos libros reafirman la situación planteada: la *Introducción a una semiótica de las imágenes* de Louis Porcher, y el *Ensayo de semiótica visual*, de René Lindekens. La diferencia título-texto surge claramente en los dos casos. Lo anunciado en el título de la obra de Porcher se reduce abruptamente en el subtítulo: "Sobre ciertos ejemplos de imágenes publicitarias". Hay algo extraño en el hecho de querer proponer una introducción a una semiótica de las imágenes a partir de "ciertas imágenes publicitarias". Por supuesto, el subtítulo describe mucho mejor que el título el alcance de la obra.; en lo que concierne a la "semiótica de las imágenes" no hay más que algunas notas programáticas (Porcher, 1976).

Una disonancia comparable caracteriza el trabajo de Lindekens: mientras que el libro dice ocuparse de "la imagen fotográfica-filmica", no aparece más que un proyecto de semiótica visual. No se encuentra en este libro ni el menor análisis de las numerosas láminas que reproducen fotografías en blanco y negro, así como tampoco el análisis de films (Lindekens, 1976). Tanto en un caso como en el otro, interminables discusiones "metodológicas" (sobre expresión y contenido, forma y substancia, paradigma y sintagma, denotación y connotación, primera y segunda articulación y sobre lo que las imágenes son o no son en relación a estas distinciones) disimulan la impotencia de encontrar criterios pertinentes de análisis.

Se podría decir que esta desmesura entre la calificación de un trabajo analítico y su contenido específico es propia de una ciencia naciente: después de todo, sería normal el hecho de ir hacia un gran proyecto comenzando a trabajar sobre objetos bien circunscriptos. Sin embargo, lo problemático es el modo -característico de la desviación estructuralista- de concebir las condiciones de la generalización. Desde el punto de partida, en efecto, se trata de una nueva ciencia: es la que halla su objeto en una declaración de intenciones. Esta actitud se puede comparar con la que prevaleció en el modelo anglo-sajón. Tomaré un ejemplo.

Mientras que Nelson Goodman, casi en la misma época, propone una teoría general de los símbolos, no anuncia el nacimiento de una disciplina; aplica herramientas lógico-filosóficas a lo que llama "los lenguajes del arte" (Goodman, 1968). Plantea preguntas sobre pintura, escultura, música, literatura, danza, arquitectura; de lo que en nuestras sociedades llamamos artes. Independientemente del juicio que se pueda tener sobre Goodman, lo que orienta su marcha no es el proyecto de fundar una "disciplina", sino el de acercarse a un conjunto de campos prácticos y técnicos socialmente reconocibles. La historia de la reflexión francesa sobre los signos estuvo fuertemente marcada -a mi parecer- por una actitud en cierto modo administrativa: como si la legitimidad de una investigación no pudiera ser asegurada si no es a condición de inscribirla como disciplina en la grilla de instituciones de enseñanza e investigación. Con respecto a la semiología, este intento de inscripción, se sabe, se desbarrancó ⁽⁵⁾.

Y a pesar de todo, como la historia nunca es lineal, los principales peligros que conllevaba este estancamiento fueron lúcidamente sostenidos, desde 1970, por Christian Metz. Desde este punto de vista, el número 15 de la revista *Comunicaciones*, que lleva como título "El análisis de las imágenes", revela una importancia particular: desde el "movimiento semiológico", él expresa que el objeto estudiado prima sobre la preocupación por la disciplina. En ese número, hay un número importante de investigadores progresando en la comprensión de ciertas categorías para las imágenes: Jacques Durand y Georges Peninou, en publicidad; Pierre Fresnault Deruelle, en historieta; Jacques Bertin, en gráfica; Louis Marin y Jean Louis Schaeffer, en pintura; Violette Morin, en dibujo humorístico; Sylvain de

Pasquier, sobre el cine de Buster Keaton. Por otra parte, Christian Metz propone una reflexión precisa sobre lo que está en juego para una semiología de las imágenes, a la vez que Umberto Eco denuncia "el dogma de la segunda articulación", tema recurrente de la desviación estructuralista (6).

Aquí es donde la desviación no opera y es progresivamente neutralizada, se producen importantes desarrollos en dominios lindantes al terreno de "las imágenes". El cine (con las numerosas investigaciones iniciadas con los trabajos pioneros de Christian Metz); la pintura (con los importantes trabajos de Hubert Damish); la publicidad (sobre todo con la obra de Georges Peninou), citando sólo algunos: la semiología tomó como objetos a fenómenos significantes que resultan de prácticas sociales institucionalizadas. Poco importa hoy en día si esos investigadores hicieron o hacen semiología. El impulso semiológico del comienzo de los sesenta enriqueció las posibilidades de investigación sobre sectores históricamente constituidos de la discursividad social.

Querer hacer una "semiología de la imagen" o una "semiótica visual", (en verdad no es más ni menos que una "semiótica del mundo natural", para retomar la expresión de Greimas). Es como si se propusiera no hacer semiótica de tal o cual género literario -por ejemplo-, sino una semiótica del texto impreso. La universalidad supuesta de una teoría lingüística fue transferida abusivamente sobre objetos inseparables de sus prácticas sociales específicas. Esta transferencia, alimentada por una ambición un poco ingenua, fracasó. Y no hay nada que lamentar.

DEL "CÓDIGO" A LOS "MENSAJES"

Detengámonos un instante sobre el texto de Christian Metz que servía de introducción, en 1970, al número 15 de *Comunicaciones*: "Verdaderamente, decía Metz, la noción de "visual" en el sentido totalitario y monolítico que le asignan ciertas discusiones actuales, es un fantasma o una ideología, y la imagen (en el mismo sentido) es algo que propiamente no existe" (Metz, 1970). ¿Cómo no estar de acuerdo con tamaña advertencia, planteada seis años antes de la publicación de la *Semiótica visual* de Lindekens?.

Se podría pensar que la posición de Metz era ambigua, por lo que agrega: "En el sentido mencionado, insistamos en nuestras reservas. Que no se emprenda un número de una revista consagrado a la imagen si se piensa que la misma no tiene, en el fondo, nada que le sea propio. No olvidemos que ésta sería también una posición posible; simplemente no es la nuestra" (Metz, 1970,p.6)

"La "imagen", decía también Metz, no constituye un dominio autónomo y cerrado en sí mismo, un mundo sin comunicación con lo que lo rodea. Las imágenes -como las palabras, como todo- no podrían evitar ser tomadas por los juegos de sentido, como parte de los miles de dependencias que reglan la significación en el seno de las sociedades. Desde el instante en que se inscribe en la cultura -y ésta está presente en el espíritu del creador de imágenes- el texto icónico, como todos los otros textos, se ofrece a la impresión de la figura y del discurso. La semiología de la imagen no se constituirá por fuera de una semiología general" (Metz, 1970, p.3)

Insistiré sobre la última frase porque -a pesar de la evocación a esta inmersión de las imágenes en la sociedad y la cultura- se podría pensar que Metz retoma la ambición disciplinaria globalizante, de la que habíamos hablado. Esto no es así. El párrafo siguiente comienza diciendo: "No se trata solamente de lingüística". Está claro: el llamado a una "semiología general" juega, en Metz, un rol opuesto al que caracteriza a la desviación estructuralista. Metz apela a la "semiología general" para prevenirse contra el reduccionismo lingüístico.

Un poco más lejos, Metz aborda el problema fundamental de lo que llama los "dominios": ¿cómo identificar los objetos de los cuales una semiología de las imágenes debe ocuparse? Evoca dos modalidades para tener en cuenta. Por un lado los géneros, como por ejemplo "la publicidad". Por otro lado las "unidades técnico-sensoriales", que describe desde una terminología hjelmsleviana como las "materias de la expresión": la pintura clásica, la fotografía, la foto-novela, la historieta y el par "cine-televisión" (Metz, 1970 pp.6-7). Metz nombra a estas "unidades técnico-sensoriales" como soportes.

Metz tiene reticencias a aceptar estos dos tipos de clasificación. Evoca entonces: "las entidades puramente relacionales, campos de conmutabilidad en donde diversas unidades adquieren sentido, las unas en relación a las otras. Estas entidades sólo son reconstituibles desde el análisis: ellas no existen en estado libre, no están presentes en la consciencia social como sí lo están el género publicidad, o el "soporte" cine. Muchas de ellas pueden estar

conjuntamente en mensajes que se prestan un mismo canal o que pertenecen a un mismo género: hay múltiples códigos en un mismo mensaje. Y algunas de ellas pueden manifestarse en mensajes que se reparten entre géneros y soportes diferentes: hay numerosos códigos que son comunes a numerosos "lenguajes" (Metz, 1970 p.7) Está claro para mí, hoy en día, que estas "entidades" que sólo el análisis puede reconstituir -estos "campos de conmutabilidad" que Metz describe, todavía con la terminología de "código" y "mensaje"- no tenían ya nada que ver con la noción de "código".

Metz desconfiaba de los dominios que llamaba "tradicionales" y que consideraba como unidades "pre-científicas" (Metz, 1970,p.6). Pienso que hoy esa desconfianza se explica por la focalización de la semiología naciente sobre la cuestión de las *unidades*. Lo que reenvía, justamente, a la noción de código. Por ello, aquellos que, como Metz, resistieron a la desviación estructuralista, sentían la necesidad de un principio teórico de organización de los objetos significantes que se buscaba analizar: de allí el uso de la noción de código (en el artículo del mismo número de *Comunicaciones*). Noción híbrida, si las hay, la de "código" -llegada de la teoría de la información y recuperada por Jakobson- parecía poder reemplazar a ese modelo de la lengua del que se intentaba huir, a la vez que se le atribuía la ventaja de ser un concepto más vago.

Un código no es más que un reservorio de unidades enumerables, acompañado de reglas de composición de los "mensajes". Ante una imagen fotográfica, por ejemplo, la pregunta consistía en descubrir las unidades y parecía que la respuesta era previa a cualquier análisis: esta actitud alcanzaba su paroxismo en la obra ya citada de Lindekens. Preguntas sin respuesta, porque las unidades eran parte de un código pre-existente y no de la imagen fotográfica misma. Esta paradoja (aparente) de un mensaje sin código había sido evocada desde el comienzo por Barthes, en su artículo sobre la fotografía de prensa (Barthes, 1961).

Poco después de este número 15 de *Comunicaciones*, Metz tiene un gesto capital: denuncia la esterilidad de la búsqueda de unidades "mínimas" (Metz, 1971, p.139 et ss). Este gesto, me parece, desbloquea la situación y permite el desarrollo rápido de la teoría y la investigación en cine. Apoyándome en estos textos de Metz y ayudado por el trabajo de varios años sobre la teoría de Peirce, tomo ahora conciencia de que había que desprenderse de la noción saussuriana de "signo" (Verón, 1973) al mismo tiempo que de la noción de código (Verón, 1974).

A partir de allí se produce un verdadero giro en la problemática. Ya no es cuestión de afirmar que se conocen los "códigos" para poder analizar las imágenes: para acceder a cualquier cosa en el orden de las disposiciones operativas, del orden de la organización significativa, es necesario partir de los "mensajes". Es el análisis de los "mensajes" lo que resulta previo a la localización de reglas de organización de las materias significantes. Son los "mensajes" los que construyen, progresivamente, en el seno de la historia y de la sociedad, los conjuntos de reglas de producción y de reconocimiento que ya no se podrían denominar "códigos". Por fin se podría empezar a trabajar. Resistir a la desviación estructuralista quería decir intentar exceder el concepto de "estructura", disfraz metafórico de la lengua. Pero si a la vez se abandonaba la noción de código, no habría herramientas para enfrentar los "mensajes" inmersos en los movimientos de la historia y la sociedad. ¿Cómo ubicar configuraciones? ¿Cómo analizar los "mensajes"? ¿Cuál es la naturaleza de las reglas operativas que los mensajes construyen a través del tiempo? Aquí es donde reside la importancia histórica de la semiología del cine: ilustró ejemplarmente el rumbo a adoptar, a través de la reconstrucción progresiva de las operaciones y las figuras de ese objeto cultural capital que es el cine de ficción.

La historia no es lineal, pero a veces sí es feliz: es en el contexto de toma de consciencia del fracaso de la desviación estructuralista que aparece la problemática de la enunciación. Los desarrollos de la teoría de la enunciación hicieron posibles tres cosas: la definición de nuevos criterios de análisis, el establecimiento de nuevas relaciones más fecundas que la problemática lingüística, y la articulación de los "mensajes" tratados con el entorno social y cultural.

DEL SOPORTE A LOS DISCURSOS: EL CASO DE LA FOTOGRAFÍA

Volvamos a la cuestión de los "dominios", subrayada por Metz en la presentación del histórico número de *Comunicaciones*. Conviene distinguir no menos de cinco niveles de análisis:

* los tipos de discursos: publicidad, discurso político, discurso científico, información, etc. No existe aún una clasificación teóricamente fundamentada y empíricamente eficaz de los tipos de discursividad.

* los soportes tecnológicos: pintura, fotografía, prensa escrita, cine, video, etc. Por supuesto pueden mezclarse unos con otros.

* Los medios: televisión, cine, radio, prensa escrita, etc. Desde mi punto de vista el concepto de medio define el conjunto constituido por una tecnología sumada a las prácticas sociales de producción y apropiación de la misma. Además hay acceso público a los mensajes.

* Los géneros-L (L, en relación al origen literario del concepto): entrevista, reportaje, mesa redonda, ficción, ensayo, etc.

* Los géneros-P (P, por producto), es decir los objetos que se compran y consumen en el mercado cultural: diario, series, folletín, noticiero, etc.

Tipos de discursos, soportes, medios, géneros L y géneros P se entrecruzan libremente. Estos cinco niveles de análisis son asociados a las prácticas sociales que organizan las formas de la discursividad.

Para ilustrar el desarrollo que me parece más apropiado -hoy en día- cuando nos interesamos en la articulación entre soportes (en esta ocasión, soportes de imagen) y tipos de discurso (aquí, de la discursividad política), tomaré el dominio de la fotografía.

El flash-back fue uno de los primeros objetos no lingüísticos que Barthes, como semiólogo, se atribuyó. Es cierto que su interés por la textualidad literaria lo aleja progresivamente al mismo tiempo de las imágenes y de la problemática lingüístico-estructuralista de los *Elementos de semiología*. Sin embargo, *La cámara lúcida*, su última obra antes de morir, marca un regreso -veinte años después- al tema inicial de la fotografía. Este libro, que por ciertos costados puede ser visto como una confesión de fracaso de una ciencia de la imagen fotográfica, es por contrapartida muy importante (Barthes, 1980).

Lo que el término "fotografía" designa es una técnica, y la identificación de un soporte técnico no alcanza a señalar una discursividad social. En *La cámara lúcida*, aparecen no menos de tres discursividades fotográficas diferentes (sin que Barthes las distinga: él habla todo el tiempo de la fotografía con una gran F). Una que llamamos habitualmente como "foto-arte" (comentarios en su libro sobre Nadar, Mapplethorpe y otros); otra que resulta de la explotación privada de la técnica, "foto de amateur o de familia" (la foto del Jardín de invierno que está en el centro del libro es una); y otra que es la "foto de reportaje" (ejemplos en *Paris Match*)

Son tres modos de existencia bien distintos para una misma técnica. La foto-arte puede, en el contexto contemporáneo, ser considerada como un "medio". La foto de reportaje es el modo de utilización de la imagen fotográfica por un medio (la prensa). En cuanto a la foto-amateur o de familia, es una discursividad social que no constituye un medio propiamente dicho. Según la definición que di más arriba: no satisface el criterio del acceso público de los mensajes.

¿Cuál es el estatuto de este objeto técnico que da lugar a explotaciones diferenciadas, y por consecuencia a discursividades sociales diferentes? ¿Es solamente una suerte de instancia previa, externa a la producción de sentido, o bien resulta una especie de "nudo semiótico"? Barthes creía en ese "nudo semiótico", e intentaba alcanzarlo al interrogarse sobre la fotografía.

Para Barthes, la fotografía en cuanto dispositivo técnico no es espacio, sino tiempo. "...en la Fotografía no puedo negar jamás que la cosa estuvo presente. Hay una doble posición conjunta: de realidad y de pasado.(...) No busco en una foto ni el arte, ni la comunicación, sino la referencia -orden fundador de la Fotografía-" (Barthes, 1980, p.120) "Los realistas, como yo, no toman nunca a la foto como una copia de la realidad, sino como una emanación de una realidad pasada: una magia, no un arte (...). Lo importante es que la foto posee una fuerza constitutiva, y que lo constitutivo de la Fotografía se relaciona, no con el objeto, sino con el tiempo" (Barthes, 1980, pp. 138-39)

La referenciación, en cuanto operación localizada en el tiempo sería, según Barthes, el nudo de la fotografía. Este punto de vista podría ser aceptado incluso por los que niegan a la imagen toda dimensión asertiva. La eventual aserción sobre el "haber estado allí" es una operación del observador de la fotografía ("no puedo negar que la cosa ha estado allá), ella no está contenida en esta última. "El contenido quasi-asertivo de toda imagen, subraya Jean Claude Passeron, no reside -evidentemente- en la imagen misma. El enunciado quasi-asertivo está en la mirada que se posa en la imagen; se confunde con el acto de interpretación que toda recepción de imagen por un observador debe producir para hacerla funcionar como imagen (7)"

¿Qué decir del devenir intensa y dramáticamente subjetivo al que Barthes se dirige en *La cámara lúcida* -a partir de una foto de su madre cuando niña, la foto del Jardín de invierno-, devenir que califica como "fenomenológico"? (8). El análisis contiene numerosas intuiciones, de las cuales una de las más importantes es la de acercarse a la fotografía antes que nada por su carácter indicial que por su naturaleza icónica, privilegiando el tiempo sobre el espacio. Pero esta intuición no tiene nada de "fenomenológica": busca dar sentido al "conocimiento común" que se tiene de la naturaleza técnica de la imagen fotográfica; y es además insuficiente para seleccionar las discursividades sociales que pueden ser tomadas a partir de la técnica. En el contexto de cada discursividad social organizada por los usos, los "efectos semióticos" se transforman. Esto lo demuestra la historia de la fotografía de un modo ejemplar.

UN SOPORTE EN EL CORAZÓN DEL INDIVIDUALISMO MODERNO

En el siglo XIX un soporte nace: la fotografía. Es inmediatamente tomada por la sociedad y la cultura. Focalicemos en ciertos aspectos de la génesis de las discursividades fotográficas.

Desde los primeros años de la fotografía, se instala un uso que retoma los códigos pictóricos del retrato. Los notables, comenzando por el mismo Emperador, se hacen fotografiar a la manera en que antes se hacían pintar (Rouillé, 1985). Aquí, la estrategia enunciativa, retomando las reglas de producción del retrato pintado, expresa -como este último- una voluntad de ejemplariedad: trabajada por la estilística del retrato pintado, la colocación de un resabio de eternidad. En el dominio fotográfico, tenemos una primera figura enunciativa de la neutralización de las condiciones específicas de la vista tomada: el referente (para retomar la terminología de Barthes) está destemporalizado (9).

Una estrategia enunciativa asociada a un soporte (la pintura) es transferida a un nuevo soporte (la fotografía). En el caso de la pintura, el conjunto de procesos de circulación del sentido permanece en la esfera pública; como se trata de un notable (es decir un hombre público), el retrato se justifica. Y como la pintura es un arte autográfico por excelencia (Goodman, 1968), la consumación colectiva de esta obra única no tendrá lugar más que en un contexto público. La técnica fotográfica introduce una diferencia fundamental: la imagen fotográfica es reproducible a voluntad. Se puede comprar una fotografía del Emperador (acceso pagado, aspecto fundamental de la mediatización), lo que implica una nueva modalidad de apropiación privada de un elemento significativo del orden público. Desde ese momento, la fotografía fue ligada, en los medios, al consumo privado de valores públicos, encarnados en las múltiples figuraciones del poder y de las instituciones.

"La existencia de la fotografía, dice Barthes, corresponde... a la creación de un nuevo valor social, que es la publicidad de lo privado: lo privado es consumido como tal, públicamente" (Barthes, 1980, p.153). Es un movimiento que aparece, lo vemos, como el inverso al precedente: ya no es el retrato del Emperador; es el Emperador en la mesa, rodeado de su familia, jugando con sus hijos: tiene así mismo una vida privada. En ese caso, los efectos técnicos de la fotografía afectan a la misma estrategia enunciativa: lo que aparece como valor ya no es, como en el caso del retrato, la dignidad destemporalizada de la notabilidad, sino -podríamos decir- la naturalidad de una vida que, marcada por el sello de lo público, no es por ello menos vida.

Poniendo en evidencia su aspecto privado, un valor público reencuentra, en la apropiación privada del receptor, el estatuto de un lugar de reconocimiento, de una cierta puesta en paralelo de dos esferas de lo privado. Incluso, si la puesta en representación fotográfica de lo privado no guarda interés más que por ser el reverso de la notabilidad. Este mecanismo deviene fundamental en los medios informativos modernos. Aquí, es el presente, la actualidad de la imagen la que prima: el "está allí" más que el "haber estado allí".

Gracias a la simplificación rápida de la técnica, con la generalización del procedimiento de la capa plateada por oposición al daguerrotipo, estos dos procesos acceden rápidamente a la esfera de lo privado de cada ciudadano. Por un lado, la estética del retrato pintado, al pasar a la fotografía, se esfuma: los burgueses que no podían pagar una pintura se hacen fotografiar. Algunos fotógrafos proponen hasta fotos ecuestres (Corbin, 1987). Por otro lado, el hecho de poder fotografiar lo cotidiano hace nacer el deseo de construir, por imágenes, la saga familiar (Corbin, 1987). Es aquí cuando la fotografía adquiere todo el valor significativo del "haber estado allí": el álbum de fotos de familia es la materialización cargada de nostalgia del tiempo que pasa.

En un caso como en el otro, la imagen fotográfica sirve de soporte -en el campo de lo privado- al surgimiento de un deseo de publicidad: el retrato del padre (o de la pareja de progenitores) imita dentro del espacio restringido del clan familiar, la ejemplariedad de la notoriedad pública; el álbum de familia está allí para ser mostrado a amigos, familiares, relaciones... Allí se expresa, podríamos decir, el deseo de una puesta en público de lo privado. Y el soporte fotográfico hace posible, por primera vez, la puesta en representación de *aquello que lo privado tiene de comunitario*.

Tomemos dos fenómenos complementarios, uno mediático y otro no mediático: la carta postal y la foto "turística". La carta postal es uno de los grandes medios aparecidos, rápidamente, a partir del surgimiento de la técnica fotográfica. La carta postal muestra, por definición, lugares públicos: monumentos, fuentes, calles, castillos... Su enorme suceso testimonia una nueva voluntad de acción de lo público en lo privado, y de lo privado en lo público. La apropiación privada de un elemento público (que se expresa en el acto de enviar la postal a familia, amigos, etc) significa: "estuvimos allí, estando allí pensamos en vos".

Es este doble entrecruzamiento de lo público y lo privado lo que da valor a la puesta en circulación de la carta postal, que es un medio. En cuanto a la "foto turística", que no lo es, posibilita otra variante de esta estrategia de acción: hacerse fotografiar ante el monumento o el castillo. Aquí, el "haber estado allí" de la fotografía no apela, por lo menos en un primer momento discursivo (el de la exhibición a los allegados de las fotos del viaje), al "tiempo que pasa", lógica de base del álbum familiar, aunque esas fotos lo vayan a integrar. Hay un movimiento de legitimación de la pertinencia del desplazamiento de los individuos, pertinencia que se alimenta del contacto con la notoriedad de los espacios públicos.

Tenemos entonces un objeto técnico lanzado en medio del individualismo moderno: la nueva tecnología de la fotografía comienza a jugar diversos roles en el corazón de los procesos a través los cuales los individuos redefinen su identidad y sus relaciones en la sociedad.

Hay, en efecto, una especificidad puramente técnica de la fotografía: esa causalidad indicial implicada en la captación, en un momento dado y jamás perdido, de la luz proveniente del objeto. Desde este punto de vista, podemos decir que una fotografía es lo que queda del objeto o de la escena representada. Pero ese "resto" se va a socializar e historizar progresivamente, bajo la forma de una multiplicidad de operaciones destinadas a manejar las articulaciones entre espacios privados y espacios públicos, en un momento crucial de la construcción del individuo de la modernidad.

Llegamos a conclusiones más complejas que las de Barthes. Éste apunta al hecho técnico. El "haber estado allí" adquiere todo su sentido en la foto de familia. Pero la temporalidad de la foto puede ser neutralizada (es el caso del retrato, pero veremos otros más adelante); ésta puede interpretarse como un "estar allí" (en la actualidad). Detrás de estas discursividades, mediáticas y no mediáticas, que toman forma progresivamente alrededor del objeto técnico, encontramos una configuración de modalidades de articulación entre lo privado y lo público. Sin paradojas, podemos decir que es la temporalidad la que está en el corazón de la técnica, que la vuelve apta, por medio de múltiples formas, para abordar las relaciones entre los espacios mentales de lo público y lo privado.

Esta relación íntima entre la fotografía y la estructuración del individualismo moderno ilumina otra intuición capital de *La cámara lúcida*. Barthes es perfectamente consciente de que la referencia a la fenomenología no es más que un pretexto e intenta hacerlo comprender: "es una fenomenología vaga, desenvuelta, incluso cínica, que acepta deformar o esquivar sus principios en función del placer de mi análisis" (Barthes, 1980, p.40). Privilegiando el *punctum*, alguna cosa en una fotografía "que sale de la escena, como una flecha y viene a tocarme" (p 49), en detrimento del *studium*, que la releva de la cultura, "de ese contrato pasado entre creadores y consumidores" (p 51),

Barthes se obstina en construir un discurso puramente subjetivo, partiendo del descubrimiento de su madre niña en la foto del Jardín de invierno.

De parte del principal protagonista de la "aventura semiológica" en Francia, este libro ha podido interpretarse como la confesión final de la impotencia: una ciencia de la imagen resulta imposible (o sin interés), no queda más que llevar los recuerdos por un rumbo que se releva de la literatura. Y sin embargo, a su modo -paradojal y provocador- *La cámara lúcida* pone en escena la aventura histórica de la fotografía, ese soporte que resulta inseparable de la singularidad del individuo.

Al mismo tiempo, este adelanto de la subjetividad en la "lectura" de las imágenes fotográficas nos obliga a afrontar un problema teórico fundamental: el de la pluralidad de modalidades de apropiación de los discursos, que se traduce como lo que yo llamo el desnivel entre producción y reconocimiento, y por lo tanto la constatación de la no linealidad de la circulación del sentido (Verón, 1988)

Es un error asimilar esta pluralidad a la arbitrariedad. Realicé, hace varios años, una investigación sobre las modalidades de visitar una exposición, más precisamente, de fotografías de arte que tenían por tema : las vacaciones de los franceses. Entre las cuatro estrategias desplegadas por los visitantes, una de ellas -que llamé como la estrategia de los "saltamontes"- se organizaba exactamente en función del punto descrito por Barthes en *La cámara lúcida*. Figura ejemplar del desvío individualizante de un contrato cultural propuesto por la institución. (Verón y Levasseur, 1983)

La subjetividad del *punctum* toma su forma a partir de la materia del *studium*. La construcción de la singularidad del individuo sólo puede ser comprendida como una estrategia de negociación permanente con los "contratos" propuestos por la oferta cultural. Desde que nació, el soporte fotográfico "trabaja" este cruce, esta convergencia-divergencia entre lo individual y lo social.

FOTOGRAFÍA Y DISCURSIVIDADES MEDIÁTICAS

Los medios proveen, hoy en día, lo esencial de la "materia" por medio de la cual los individuos estructuran su singularidad. En el seno de esa materia, la fotografía juega un rol fundamental, bajo múltiples formas. Una de las consecuencias de la mediatización del soporte fotográfico es su inserción en contextos discursivos más amplios, que sobredeterminan el funcionamiento de la imagen. Evocaré, aquí, ciertas "figuras" propias de la imagen fotográfica mediatizada, en la prensa escrita de información.

LA FOTOGRAFIA TESTIMONIAL

Tomaré una de las modalidades "clásicas", esa en la que pensamos corrientemente cuando hablamos de "foto periodística". Yo la llamo foto testimonial. Se trata de una foto de reportaje tomada "en vivo" y que caracteriza a medios como la revista Life. Caracterizémosla: es una imagen cuya pertinencia reside en la captación del instante del acontecimiento; siempre espontánea (por oposición a la pose), está allí porque cautiva el acontecimiento del cual se habla en el texto que acompaña: el instante mismo en el que el coche de aquel piloto de fórmula 1 sale de la pista, el instante mismo en que el nuevo Primer Ministro entra a Matignon, etc.

Cuando la consumimos por primera vez es presente puro, es el "haber estado allí" de hace algunas horas, o de hace algunos días.

Se podría pensar que esta modalidad representa el paradigma mismo de la imagen fotográfica en la prensa de información general, nacional y regional, y semanal. Observemos a través de un ejercicio simple. Tomo el número de *Liberación* del día en que escribo estas líneas (un día de semana de julio de 1991). Constato que tiene 34 imágenes sobre 40 páginas (fuera de la publicidad: considero las imágenes producidas por el título a propósito del discurso de actualidad)

Entre estas 34 imágenes, sólo 6 pueden ser consideradas como *fotos testimoniales*; entre las otras 8 son imágenes "de identificación" (se muestra la foto de un personaje del que habla el artículo, sin saber si la foto fue tomada hace

días, meses o años atrás, ni donde, ni en qué circunstancias); 8 son dibujos o cartas geográficas; y 6 son explícitamente presentadas como fotos de archivo.

Las 6 fotos restantes constituyen una clase heterogénea y residual: hay algunas que combinan la función de identificación con la relación con la actualidad (por ejemplo :Michel Rocard saliendo del mar, en malla: está de vacaciones desde que ya no es Primer Ministro, hace ya más de un mes); hay otras en que el estatuto está indeterminado, ya que es imposible para el lector definir las condiciones en que fue tomada (fecha, lugar, etc): estas son vagas ilustraciones del tema abordado en el artículo en cuestión. Que el lector se tranquilice: este tipo de ejercicio no lo practico al azar. El resultado hubiera sido el mismo, independientemente del momento del año, fuera de los meses de vacaciones.

Pocas imágenes, en la prensa de información de hoy en día, resultan propiamente testimoniales. Tomé el ejemplo de un diario, porque podríamos pensar que es el género P más ligado a las imágenes testimoniales del mundo. En el sector de lo que llamamos "News" (semanales de información, el dibujo tiende a reemplazar a la foto (la revista *Eventos del jueves* acentuó esta tendencia que podríamos describir esquemáticamente del siguiente modo: al proponer un dibujo, el enunciador del medio aclara que su intención no es la de mostrar la actualidad, sino la de decirnos lo que piensa de ella)

LA POSE

Tomemos ahora *Paris Match*, uno de los raros títulos de la prensa francesa que sigue utilizando abundantemente la foto testimonial, en donde el "choque" forma parte de su posicionamiento comercial y que usa en gran medida el "gran reportaje". Un primer acercamiento puede sorprender: es extraño que *Paris Match* use imágenes testimoniales en tapa (sólo de vez en cuando), ya que la tapa -particularmente en este tipo de revistas- es el lugar de exhibición de su contrato de lectura (10).

La modalidad de imagen dominante en las tapas de *Paris Match* es, podríamos decir, el opuesto a la foto testimonial: una pareja en pose. Ellos sonríen mirando a cámara. Esta pareja podría pertenecer a varios sectores de la actividad social: el "show biz", la política o el deporte. La pareja puede ser sentimental (Lendl y su novia), conyugal (Aznavour y su mujer), filial (Chirac y su hija, Jane Birkin y Charlotte), profesional (dos actores que trabajan en un film pronto a estrenarse). La galería de personajes es limitada: algunas decenas, quizás, que vuelven a la tapa de *Paris Match* a lo largo de los años. Como amigos o parientes de los que se recibe una postal o una foto de tanto en tanto (algo así como: "siempre estamos allí").

Por oposición a la instantánea testimonial (arrancada en el momento), la pose es un regalo del personaje fotografiado al fotógrafo (y por su intermedio al lector). Y el texto que acompaña a la imagen en determinada tapa, sistemáticamente, especifica que la foto fue producida por y para *Paris Match*: esa foto está firmada por la marca.

Trabajo sobre la memoria, a través de la permanencia en el tiempo de los rostros de una suerte de familia ampliada. El texto comentando en tapa, hace dos o tres años, la pareja de Jane Birkin y su hija Charlotte adolescente. No faltaba recordar que la misma pareja había sido ya mostrada en la tapa de la revista, cuando Charlotte era recién nacida: articulación ejemplar entre el "haber estado allí" y el "todavía lo está". Retomamos aquí el tema del tiempo que pasa, y no estamos lejos del álbum de familia. Pero, ¿por qué esta puesta en relieve, por *Paris Match*, del contacto de la pose-regalo mientras que el cuerpo de la revista está repleto de imágenes testimoniales sobre la actualidad? ¿Qué articulación podemos imaginar entre el presente puro de la foto testimonial y el trabajo sobre la memoria de la pose-álbum de familia? ¿Cuál es la coherencia de dicho contrato de lectura?

Sucede que la foto testimonial, la que presenta "en caliente" un instante importante de la actualidad inmediata, no es más que presente puro. *Paris Match* lo comprendió desde siempre, siguiendo la estela de *Life*. Las fotos de reportaje son republicadas: *Paris Match* lo hace frecuentemente, reproduciendo viejas fotos extraídas de reportajes ya publicados, y viejas tapas, por ejemplo cuando muere un personaje notorio (se reconstruye su vida con fotos exclusivas de *Paris Match*: era un miembro de la gran familia), o ante un aniversario (por ejemplo el del asesinato del presidente Kennedy)

Estas fotos, testimoniales en su origen, funcionan después como ligazón entre *mi vida* (mi historia) y *la vida* (del mundo). ¿Quién no hace este ligazón al ver hoy fotos testimoniales célebres de "mayo del 68"? Por confesión

misma de los lectores de *Paris Match* ⁽¹¹⁾, la lectura que se hace de esas viejas fotos de reportaje (porque las vuelve a sacar la revista, o porque se encontró un viejo número en el placard) es una lectura del orden del descubrimiento: se focaliza en el largo de las polleras de la época, o en el corte de cabellos; "¿Dónde estaba yo durante la catástrofe de Chernobyl?"; "ah, si, recuerdo que acababa de entrar a la facultad". Además: algunos lectores de *Paris Match* dicen tener presente esa dimensión de captura histórica individualizada, en el mismo momento en que consumen las imágenes como imágenes de la actualidad inmediata: "Me pregunto cómo miraré estas fotos dentro de algunos años...". Sin *punctum*, ni *studium*, este modo de recepción de fotos testimoniales construye una red cognitiva que articula la temporalidad del mundo con la biografía del individuo.

LA RETORICA DE LAS PASIONES

En los medios informativos de la prensa gráfica, hay varias modalidades de "puesta en imagen" de hombres políticos. Tomaré aquí sólo una, que la evolución cultural parece haber condenado -al igual que la foto testimonial- a un cierto declinamiento. La llamé, hace ya muchos años, como la "retórica de las pasiones" (Verón, 1982).

Son siempre instantáneas del rostro del hombre político:

-Gastón Deferre, de aspecto sociable. El título dice:
Marsella.

¿LA CAÍDA?

-François Mitterrand, de expresión decidida, mirando el horizonte. Tiene un abrigo y una bufanda roja. La foto ha sido, probablemente, tomada cuando asistía a una ceremonia, un día de invierno. El texto dice:

¿Puede estar abatido?

El "estado de espíritu" del hombre político, captado en una instantánea de su rostro, sirve para calificar una circunstancia política determinada. Se trata de un caso particularmente complejo de la temporalidad fotográfica: la difusión de esa imagen por parte del medio anunciador reenvía al presente de una coyuntura (incluso si los límites están flojos: quizás dentro de un mes la situación que concierne a ese personaje político ya no será la misma). Al mismo tiempo, ese anclaje en el presente de la actualidad no debe nada a las condiciones de producción de la foto: las circunstancias en que fue tomada, aquello que el político hacía en ese momento, etc., no tienen ninguna importancia. Todas las remisiones indiciales son suspendidas.

Esta figura, que sirvió para construir incontables tapas de *news* en los años setenta, sufrió la suerte de lo político: con la baja del interés de los ciudadanos por su "microcosmos", tiende a desaparecer de la prensa semanal de información.

En cuanto a las imágenes de los políticos en pose, no abundan en los medios informativos: la pose sólo aparece en el momento de las grandes campañas electorales. La pose es una modalidad típicamente utilizada en los afiches electorales, es decir, en un medio controlado por la formación política que la emite. La pose indica el dominio, por parte de aquel que es representado (aquí, el hombre político) de su propia estrategia enunciativa, mientras que la manipulación del rostro para calificar una situación es un recurso del medio que, a través de la instantánea, arranca al político una expresión no intencional: el medio vuelve en contra del poder su propia figuración.

LA FOTOGRAFÍA CATEGORIAL

La imagen muestra una escena en un restaurant. Al fondo, se ve una joven mujer sentada, sola, en una mesa en la que el mozo está colocando una jarra con agua. El título dice:

MUJERES

La generación sin marido

Se ve un pequeño niño en su banco del colegio. Al fondo, el pizarrón negro. Tiene los ojos cerrados y apoya su cabeza sobre la palma de su mano izquierda. El título dice:

SALUD

Atención! escuela

Un joven médico, con su estetoscópio, está auscultando a un pequeño niño que está delante de él, con el torso desnudo. El título dice:

MÉDICOS

El futuro es de los generalistas

Tres imágenes fotográficas tomadas de *NEWS*, entre centenas de otras del mismo tipo. Tres problemas sociales, concretizados en el tratamiento de imágenes anónimas. "Aquí una mujer sola", "aquí un médico generalista", "aquí un niño cansado". Parecen imágenes de enciclopedia ("aquí un conejo", o un cocodrilo). No es esta mujer, este niño, este médico. Es el niño cansado, la mujer sola, el médico generalista. Imágenes que son cuasi-conceptos, que encarnan clases lógicas. Operan sobre la dimensión categorial de la evolución individualista: la foto no es más que un soporte a través del cual el lector reconoce su problema, pero ese problema es compartido con otros individuos que pertenecen a su misma categoría social o socioprofesional. En estas imágenes, el "haber estado allí" desaparece totalmente. No es el tiempo que pasa. Es, al contrario, el tiempo que no pasa: el de los problemas que permanecen siempre, que no podemos aun solucionar.

SEMIOLÓGIA Y SEMIOSIS

Ningún análisis inmanente, que sea fenomenológico, semiológico, hermenéutico o cualquier otro, puede captar la diversidad de modalidades de articulación entre la producción y la recepción, entre oferta y demanda, alrededor de una técnica puesta al día a disposición de la sociedad. Pero, cuando el análisis del sentido es conducido en el contexto de una atenta reflexión sobre los movimientos de evolución socio-cultural, puede convertirse en una ayuda preciosa para el investigador.

Esto quiere decir que es tiempo de pasar de la semiología a la semiótica. La diferencia histórica entre lo que tratan estas dos denominaciones consiste en que la primera se convirtió en una técnica de análisis de un corpus, mientras que la segunda -siguiendo la estela de Peirce- es una teoría global de la sociedad y la cultura, localizada sobre la producción de sentido. Una teoría, y no una disciplina: su globalidad (a diferencia de la "semiótica europea", inspirada en trabajos de Greimas) no corre el riesgo de traducirse como pretensiones imperialistas. La semiótica, en tanto teoría de la producción de sentido, puede (y debe) articularse con las conceptualizaciones de la historia, la antropología, la sociología, las ciencias políticas y la economía.

La semiosis infinita conserva, en nuestras sociedades mediatizadas, la tensión entre dos especies de movimientos, que constituyen -de alguna manera- la diástole y la sístole de las socio-culturas industriales. Movimientos de *convergencia* entre la producción y la recepción del discurso, por un lado, movimientos dinamizados por la investigación permanente de la articulación entre oferta y demanda. Por otro lado, movimientos de *divergencia* que resultan de la evolución de la sociedad (evolución que no es determinada más que por los discursos mediáticos) y nutren el desnivel entre producción y apropiación del sentido. Es necesario aferrar a las configuraciones variables entre convergencia y divergencia. Las propiedades "semiológicas" de los discursos no tienen ningún interés por ellas mismas: no son más que productos (más o menos estabilizados) de la semiosis cultural.

NOTAS

- 1- Título considerado de uno de los libros de textos póstumos de Barthes
- 2- "Fotografía de prensa": expresión que, como se verá en la última parte del artículo, no quiere decir casi nada.
- 3- Que esos detalles sean en ocurrencia premonitorios no tiene nada de sorprendente: los títulos expresan el punto de vista del investigador sobre la naturaleza de su tarea.
- 4- La obra *Estructuras sintácticas* de Chomsky apareció en 1957, el mismo año que las *Mitologías* de Barthes; *Topics in the theory of generative grammar* y *Current issues in linguistic theory*, datan respectivamente de 1966 y 1967.
- 5- Este fracaso administrativo de una aventura intelectual aparece claramente en la historia del nombre de la institución donde la semiología francesa nació, en la Escuela Práctica de Altos Estudios, convertida en Escuela de Altos Estudios en Ciencias Sociales. Creado en 1960, el centro sede de la revista *Comunicaciones se llamaba CECMAS (Centro de Estudios de Comunicaciones de Masas)*, dirigido por Georges Friedmann. Este centro se atribuyó como objeto de estudio un objeto social concreto: los medios. Actitud pionera, remarcable, y luego olvidada. En 1972, cambió su nombre por el de CETSAS (Centro de Estudios Transdisciplinarios: Sociología, Antropología, Semiología): el criterio de designación se convirtió, como vemos, en un problema administrativo. Desde 1983, se llama CETSAP (Centro de Estudios Transdisciplinarios: Sociología, Antropología, Política). La semiología desapareció: su inscripción no duró más que una decena de años.

6- Del número 15, para estar completo, me falta agregar mi propio artículo: "Lo analógico y lo contiguo (Notas sobre los códigos no digitales)". Marca el inicio de una reflexión sobre la teoría de Peirce. Intenté cercar, a partir de un anuncio publicitario, lo que no es icónico en la imagen fotográfica.

7- Cf J.-C Passeron, (1991, p. 282), Ver biblio..

8- Sobre el contenido epistemológico de esta posición de enunciación subjetiva de Barthes en *La cámara lúcida*, ver Leenhardt, 1982.

9- La mirada que podemos tener hoy sobre un retrato fotográfico de Napoleón III está fuertemente marcada por el "haber estado allí"

10- Sobre el concepto de "contrato de lectura" y su aplicación al estudio de la prensa, ver Verón, 1984 y 1985

11- Lo que sigue se aplica sobre estudios del contrato de lectura de numerosos títulos de la prensa semanal de información. Estos estudios no fueron publicados.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

BARTHES, Roland, *Mitologías*. París, Seuil, 1957.

- "El mensaje fotográfico", *Comunicaciones*, n° 1, 1961.

- "Retórica de la imagen", *Comunicaciones*, n° 1, 1961.

- *La cámara lúcida*. Nota sobre la fotografía. París, Cahiers du cinema-Gallimard-Seuil, 1980

CORBIN, Alain, "Ranuras", en Philippe Aries y Georges Duby (eds). *Historia de la vida privada*. París, Seuil, vol 4, 1987.

GOODMAN, Nelson, *Lenguajes del arte*. París, Ediciones Jacqueline Chambon, 1990 (1ª ed en inglés: *Languages of art*, 1968)

GREIMAS, Algirdas Julien, "Condiciones de una semiótica del mundo natural", *Lenguajes*, junio 1968, n° 7

LEENHARDT, Jacques, "La fotografía, mirador de las ciencias humanas", *Comunicaciones*, n° 36, 1982.

LINDEKENS, René, *Ensayo de semiótica visual*. París, Kliencksieck, 1976.

METZ, Christian, "El cine, lengua o lenguaje?", *Comunicaciones*. París, Seuil, n° 4, 1964.

- "Más allá de la analogía, la imagen", *Comunicaciones*. París, Seuil, n° 15, 1970.

- *Lenguaje y cine*. París, Kliencksieck, 1971.

PASSERON, Jean-Claude, "Los ojos y las orejas", una propuesta de JC Passeron, M Grumbach y al, *El ojo en la página*. París, Biblioteca pública de información, Centro Georges Pompidou, 1984.

- *El razonamiento sociológico*. El espacio no popperiano del razonamiento natural. París, Nathan, 1991.

PORCHER, Louis, *Introducción a una semiótica de las imágenes*. Sobre algunos ejemplos de imágenes publicitarias. París, Credif-Didier, 1976.

ROUILLE, André, "La pintura, rival de la fotografía". *Crítica*, agosto-septiembre 1985, Tomo XLI, n° 459-460.

VERÓN, Eliseo, "Para una semiología de las operaciones translingüísticas", *VS Quaderni du Studi Semiotici*. Milano, n° 4, pp. 81-100, 1973.

- "Pertinencia (ideológica) del código", *Degres*. Bruselas, n° 7-8, pp 1-13, 1974.

- "Discursividades de la imagen", *La imagen fija*. París, Centro Georges Pompidou - La Documentación francesa, 1983.

- "Cuando leer es hacer: la enunciación en el discurso de la prensa escrita", *Semiótica II*. París, Instituto de Investigaciones y Estudios Publicitarios, pp. 33-56, 1984.

INTERFACES. SOBRE LA DEMOCRACIA AUDIOVISUAL AVANZADA

en *El nuevo espacio público*, ed. Gedisa, Barcelona, 1992, p. 124-139

1. FICHA TÉCNICA

En primer lugar, veremos algunas hipótesis que son interpretaciones de hechos concernientes a la evolución reciente de las sociedades llamadas "postindustriales", y sobre las cuales no podré extenderme en el marco de este trabajo. (1)

Las sociedades postindustriales son sociedades en vías de *mediatización*, es decir, sociedades en que las prácticas sociales (modalidades de funcionamiento institucional, mecanismos de toma de decisión, hábitos de consumo, conductas más o menos ritualizadas, etc.) se transforman *por el hecho* de que hay medios.(2) El proceso de mediatización no avanza al mismo ritmo en los distintos sectores del funcionamiento social; es cierto que el mecanismo estatal (y, por lo general, el campo de lo político) es uno de los sectores en que esta mediatización es bien visible.

Una sociedad en *vías de mediatización* (distinguible de la sociedad mediática del período anterior, es decir, una sociedad en que poco a poco se implantan tecnologías de comunicación en la trama social) no por eso es una sociedad dominada por una sola forma estructurante, lo cual explicaría la totalidad de su funcionamiento.(3) La mediatización opera a través de diversos mecanismos según los sectores de la práctica social que interese, y produce en cada sector distintas consecuencias. Dicho de otro modo: una sociedad mediatizada es más compleja que las que le han precedido. A pesar de lo que se diga, la publicidad, el discurso político, el discurso informativo, el discurso científico, etc., resultan de condiciones de producción y de reconocimiento diferentes, específicas en cada caso.(4)

Respecto del sistema político, la pantalla chica se convierte en el sitio por excelencia de producción de acontecimientos que conciernen a la maquinaria estatal, a su administración, y muy especialmente a uno de los mecanismos básicos del funcionamiento de la democracia: los procesos electorales, lugar en que se construye el vínculo entre el ciudadano y la ciudad. En otras palabras, ya estamos en la democracia audiovisual. Más para bien que para mal, a mi juicio, pero ése es otro debate.(5)

En cada práctica discursiva, la mediatización ha implicado la incorporación progresiva de nuevos registros significativos. En su historia, de una manera muy esquemática, la mediatización influyó primero en la escritura, con la prensa masiva (el orden de lo *simbólico*, en la terminología de Peirce); a continuación se fue haciendo cargo del universo figurativo de la representación, con la fotografía y el cine (el orden de lo *icónico*, siempre según Peirce), y finalmente se apoderó del registro del contacto, en forma parcial -en primer lugar- con la radio, y luego en forma plena mediante la televisión para el público en general (el orden de lo *indicial* peirciano).(6) La incorporación de un nuevo registro significativo no ha implicado, claro está, la anulación de los anteriores: mirar televisión no hace a uno sordo, lo cual remite a la complejidad creciente de la discursividad en la sociedad postindustrial. También aquí hay un debate que esquivo: todo lo que se podría decir de los contrasentidos en que se incurrió respecto de nuestra "civilización de la imagen".(7)

En lo que se refiere a la televisión, se habla mucho de la imagen; pero en ésta lo fundamental es el registro del contacto: el cuerpo significante y la economía de la mirada.(8)

A continuación me aplicaré a algunos aspectos de la historia de la mediatización de lo político en Francia.

Durante un largo período se ha ido configurando como servicio público, en el marco de la concepción de lo audiovisual. En esta mediatización de lo político en situación de monopolio, lo fundamental ha sido la *progresiva autonomización de la información televisiva* en relación con el poder público, pues en las sociedades industriales de régimen democrático, la mediatización de lo político siempre es un problema de interfaz entre lo político y la información.

En ocasión de la elección presidencial de 1981, esta mediatización se ha hecho mucho más visible. Cuando ya Kennedy y Nixon se presentaban en televisión en 1960, la primera conferencia histórica francesa entre dos candidatos presidenciales data de 1974.(9) La situación de monopolio seguramente no es ajena a ese considerable retraso.

Esa primera conferencia forma parte del período en que la información por televisión todavía estaba directamente controlada por el poder político, época en que un ministro anunciaba un cambio de "fórmula" en las informaciones nocturnas, en la apertura del diario... El proceso de mediatización de lo político se aceleró durante el septenio de Giscard d'Estaing y llegó a su plenitud en 1981: la elección de 1981 ha sido escenario, por primera vez en Francia, de una negociación política excepcional, que expresa de manera clamorosa toda la ambivalencia de las relaciones entre lo político y la información televisiva, mientras ésta se concibe como servicio público. Volveré sobre el tema.

En este contexto, cualquier discusión referida a las "reglas del juego" de los medios revela el vínculo ambiguo, constituido a la vez por temor y fascinación, que lo político mantiene con lo audiovisual. Ahora bien, si bien el temor siempre induce en la administración un efecto típico -le hace producir reglamentos-, la fascinación, en cambio, a veces engendra el acontecimiento en el campo de las estrategias. Los dos aspectos de esta ambivalencia -me parece- pueden ilustrar el proceso de mediatización de lo político en un régimen de televisión estatal.

2. LA TELEVISIÓN COMO SERVICIO PÚBLICO:

ENTRE EL TEMOR Y LA FASCINACIÓN

EL TEMOR, O EL ESTADO EN CAMPAÑA

El monopolio de Estado ha habituado a los franceses, para cada elección nacional (presidencial o de otro tipo), a dos campañas: una *oficial* y otra que, si le creemos al diccionario, no puede ser más que *oficiosa*. Es sabido que, si bien la segunda puede interesar más o menos al público, según el grado de "politización" de los diversos sectores de la población, la primera deja indiferentes a la mayoría de los telespectadores. Hasta tanto la campaña oficial no comienza, la distinción le permite al candidato que representa al Estado aparecer en televisión diciendo que no está en campaña (observación preferida de Valéry Giscard d'Estaing, candidato y presidente saliente, en 1981); cuando comienza, lo fundamental de la estrategia de cada candidato ya se habrá puesto en juego desde mucho antes.

Una campaña oficial, en primer lugar, se reglamenta rigurosamente. Recordemos en dos palabras las reglas que se formularon en 1981.

Cada uno de los candidatos presentes en la primera vuelta (había diez) disponía de una hora y diez minutos de tiempo por radio, y de otro tanto por televisión, repartido en dos semanas. La duración de cada emisión variaba de un día a otro, y la posición de cada candidato en la tabla horaria iba a sorteo. Se habían habilitado especialmente dos estudios de radio y tres de televisión en la Maison de la Radio.

Volvamos a la disposición del discurso. Los tres estudios de televisión estaban equipados con tres cámaras cada uno. Todas las cámaras tenían el mismo tipo de objetivo. La comisión de control, que velaba por la aplicación de estas reglas, autorizaba a cada candidato ya a hablar solo, ya a ser interrogado por un periodista, o a invitar a otras personas (cuatro como máximo) para dialogar con él. La selección de estas personas competía al candidato. El diálogo entre candidatos, en cambio, estaba prohibido: dos candidatos no podían aparecer en el mismo programa (ese diálogo sólo estaba autorizado para los dos candidatos que habían contendido en la segunda vuelta).

Los candidatos podían elegir entre tres decorados, de distinto color. Podían adornar las paredes con carteles, cuadros o fotografías, pero se les prohibía incluir diapositivas o cualquier otra grabación. De este modo se imponía una rigurosa unidad de espacio y de tiempo: no podía aparecer ninguna imagen fuera de la del estudio y de sus ocupantes.

Si el programa duraba entre trece y veinte minutos, el candidato tenía derecho a dos horas y media de estudio. Si duraba más de veinte minutos, se le asignaban tres horas y media. Cada candidato podía asesorarse por un profesional de su elección.

Cada candidato tenía derecho a tres ensayos (tres "tomas") de la integridad del programa: dicho de otra manera, sólo podía grabar su emisión tres veces, a reserva de elegir después la que le pareciera la más lograda. Sólo en los

casos en que la emisión durara más de doce minutos, la grabación se podía hacer en dos fragmentos: en esos casos se permitía un añadido al montaje.

Explícitamente, estas reglas están destinadas a asegurar la igualdad de los candidatos respecto de los medios que el Estado pone a su disposición. ¿Es una razón suficiente para explicar semejante disposición jurídica? Nada es menos seguro.

El elemento decisivo que diferencia la campaña oficial de la campaña oficiosa es que en la primera el político enfrenta medios audiovisuales *sin intermediarios*. En efecto, en nuestras sociedades mediatizadas, las intervenciones políticas suelen pasar por la información: salvo en circunstancias excepcionales por definición (sobre las cuales volveré), toda aparición del político en la televisión para el público en general implica una interfaz entre el discurso político y la información: los que siempre reciben a políticos son periodistas. En esta interfaz se desarrollan negociaciones complejas.⁽¹⁰⁾ La campaña "oficiosa" está íntegramente fundada en esta forma. El dispositivo administrativo de la campaña oficial, en cambio, anula esa mediación: la información queda fuera de juego. En la campaña oficial, en el transcurso de pocos días, el político aparece directamente, sin intermediarios, en perfecta transparencia, ante cada ciudadano.

Lo que durante mucho tiempo ha estado sometido al control más vigoroso ha sido, pues, esa epifanía de lo político en lo audiovisual. ¿Acaso puede ser peligrosa? ¿En qué consiste, en definitiva, ese control? A los políticos se les da acceso directo a los medios audiovisuales, siempre que a éstos los empobrezcan radicalmente: nada de montajes, ninguna inserción de imágenes fuera del decorado visible donde se encuentran los personajes, nada de música de fondo ni de ficha técnica, nada de reportajes reales, nada de voz en "off" que comente imágenes, nada de embutidos, nada de fondos encadenados, nada de "flash back", nada de cambios de profundidad de campo ni de cambios de decorado. Esta es la condición para que pueda verificarse esa epifanía de lo político en una televisión estatal: el discurso audiovisual está despojado de todos sus recursos, desnudo de todas sus figuras retóricas, privado de todos sus "efectos especiales" y vacío de su poder.

¿Qué habría pasado si, al ser respetada la igualdad de tiempo de derivación (y llegado el caso, también el de producción), a cada candidato se le hubiera permitido emplear a su antojo la panoplia técnica de la televisión? Al quedar asegurada la igualdad de los medios, el mejor dotado (o el mejor asesorado) habría sacado ventaja de la maquinaria de los medios. Excluir semejante modalidad de campaña oficial no puede tener sino un motivo: el temor de que ciertos programas puedan revelarse más que otros y, por eso, capaces de causar mayor "impacto", no debido al contenido del discurso del candidato sino a su manera de estar elaborado, que resulte de un mejor manejo de la herramienta audiovisual. Al vaciar al medio audiovisual de todos sus recursos propios, ¿acaso no trataba de aislar, en toda su pureza, la argumentación verbal del candidato, su palabra? El temor que se expresa mediante ese empobrecimiento radical del lenguaje audiovisual es, pues, un temor a los *efectos enunciativos*; el empobrecimiento, en la medida de lo posible, intenta eliminar todas las variaciones en los modos de hablar para tratar de restituir el enunciado y nada más que el enunciado.

El Estado confirma su juicio: el poder de los medios acaso sea perjudicial para el discurso político y para las condiciones de autenticidad y de verdad de sus efectos. Cuando los recursos que constituyen la riqueza de la televisión son empleados *directamente* por los políticos, se vuelven sospechosos y podrían inducir consecuencias que dependan más de lo irracional que de lo racional, y de la persuasión más que de la argumentación. Ahora bien, durante meses, fuera de la campaña oficial, los *periodistas intermediarios* emplean sin trabas ese poder. La maquinaria administrativa que define la campaña oficial presupone también que la interfaz política/información es la única garantía de un uso no peligroso (o menos peligroso) del poder de los medios.

La razón de Estado cayó en las redes de su ambigua relación con los medios audiovisuales: los efectos de ese objeto híbrido que es la campaña oficial, desde todo punto de vista, son paradójicos. Por la forma que le impone, el Estado descalifica esa campaña que él proclama oficial, y al proclamarla así contribuye a que todos comprendan que la auténtica campaña está en otra parte: curioso fracaso del poder representativo de la palabra del Estado. El esfuerzo por preservar las "condiciones de verdad" del discurso político y evitar que la retórica de los medios pueda contaminarlo acaba por quitarles toda credibilidad a las palabras emitidas. Y el empobrecimiento impuesto al lenguaje hace aún más visible el montaje. Sean efectos perversos o masoquismo de Estado, los resultados son claros.

Esto de ninguna manera se relaciona con la inhabilidad de los partidos políticos, que serían incapaces de preparar esos programas: el malestar que siente el público (y que éste adivina *también* en los candidatos que le hablan) es de orden estructural; proviene de la transgresión de ciertas reglas discursivas.

La más importante atañe al acercamiento a la mirada del espectador: este acercamiento es privilegio del periodista. Según las normas que la televisión dirigida al público en general se ha ido dando a lo largo de su historia, cuando se supone que la televisión nos habla de la realidad, del mundo, él y sólo él es el que, *con toda naturalidad*, puede mirarme a los ojos.¹¹ Durante todo el año, e incluso durante la campaña electoral, el político no me mira a los ojos sino de modo indirecto, a través del periodista. El contacto entre su mirada y la mía, invariablemente, se verifica en el contexto de la interfaz política/información, a excepción -precisamente- de la campaña oficial: de golpe, los políticos se ponen a mirarme a los ojos durante varios minutos. Yo sé que cada uno de ellos no está allí para informarme ni para divertirme, sino para intentar convencerme de que vote por él. Yo sé que él sabe que yo lo sé. Semejante enunciación no es fácil de sostener, tanto más cuanto que se reduce a la palabra: dadas las restricciones a las cuales está sometido, el político no domina la enunciación audiovisual.

En 1981, Georges Marchais, candidato del Partido Comunista francés, fue interrogado por René Andrieu, redactor jefe del órgano oficial del Partido Comunista; François Mitterrand, Pierre Mauroy y Michel Rocard, del Partido Socialista, fueron interrogados por Christine Cottin, periodista de *L'Unité*, órgano del Partido Socialista, y Jacques Chirac lo fue por un miembro de la comisión de apoyo a su candidatura. Y así sucesivamente. El mundo del discurso es cerrado. El que interroga conoce la respuesta antes de formular la pregunta; el que responde conoce la pregunta antes de responder: todas las reglas de la conversación son transgredidas de modo simultáneo. Las preguntas no son preguntas, y las respuestas no son respuestas; los periodistas, en ese contexto, no son periodistas. Y la menor expresión de espontaneidad o de naturalidad hará vacilar todo, en un irremediable ridículo.

La legitimidad de cada ejercicio discursivo se basa en el sistema de diferencias entre esas prácticas, cristalizado por las reglas del funcionamiento de los medios en las sociedades industrializadas. Porque el discurso político no se confunde con el discurso informativo, aquél encuentra -en el marco del segundo- la legitimidad propia de su especificidad. En nuestras democracias industriales, la aparición *directa* de lo político en lo audiovisual (es decir, fuera de la información) queda reservada a esas intervenciones institucionales del presidente de Francia o del jefe de gobierno, cuya excepcionalidad pone de relieve el carácter solemne o la gravedad de las situaciones que las provocan, y cuyo enunciador está *en funciones*, ya investido de la legitimidad proveniente del voto. Cuando uno no es más que *candidato*, la enunciación política sin mediaciones, frente a la cámara, se revela extraordinariamente frágil.

LA FASCINACIÓN O LA NEGOCIACIÓN DE LAS INTERFACES

Rehabilitada con el correr del tiempo y de las elecciones, la reglamentación de las campañas oficiales resulta del poder legislativo del Estado, que reacciona ante la mediatización del campo de lo político despejando la interfaz políticos/periodistas. Otras reglas, en cambio, se producen en el seno mismo del enfrentamiento de estrategias; se refieren al modo de negociar la articulación, cada vez más compleja, entre el orden de lo político y el orden de la información. Las elecciones presidenciales de 1981 nos brindan un ejemplo ilustrativo de ese tipo de negociación.

Se recordará que al final de la primera vuelta de esos comicios, la situación para el presidente saliente era en extremo difícil: François Mitterrand había recibido el 25,84% de los votos, o sea, la marca más elevada para el Partido Socialista después de la Liberación; Valéry Giscard d'Estaing había obtenido el 28,31% de los votos; es decir, 4,1 puntos menos que en la primera vuelta de 1974.

En la noche misma de la primera vuelta, cuando los resultados definitivos aún no se conocen, el presidente saliente, en un comunicado propone,

Dos imágenes llegaban a juntarse en la memoria colectiva: la del dominio de la herramienta audiovisual, tradicionalmente reconocido a Valéry Giscard d'Estaing, y la de la opinión generalizada según la cual, en ocasión de la entrevista de 1974, había vencido de lejos a François Mitterrand. Una frase de Valéry Giscard d'Estaing, de 1974, asociada a esas dos imágenes, y que no era más que un compendio de la segunda imagen: "Señor Mitterrand, ¡usted no tiene el monopolio del corazón!". En 1981, la televisión política comenzaba a *tener su historia*.

Ambas imágenes, en lo fundamental, eran correctas. La entrevista de 1974 había sido la gran victoria de lo tecnócrata sobre lo político, y de la manera sobre el concepto; más precisamente, de la metacomunicación sobre la comunicación, y de la complementariedad sobre la simetría. En efecto, Mitterrand, cómodo en una posición de enunciación mucho más clásica en el campo de lo político, desarrollaba una estrategia de enfrentamiento simétrico con el otro candidato: éste era un adversario, con otras ideas y otro programa. Valéry Giscard d'Estaing practicaba (y sigue practicando) una estrategia destinada a situar a su adversario en una posición complementaria inferior: hablando con propiedad, éste no es alguien que quiere otra cosa o que cree en otra cosa, sino alguien que no sabe, que no ha entendido. Es la estrategia pedagógica: el otro no es un adversario sino un ignorante.(13)

Sería inexacto decir que Valéry Giscard d'Estaing, durante la entrevista de 1974, había dominado a su interlocutor: había dominado *la situación*, que es muy distinto. La filmación de ese debate de 1974 es un documento histórico de fundamental importancia: por primera vez en Francia, en forma cabal, muestra la estrategia discursiva de la derecha liberal postindustrial: es la plenitud del pedagogo.

Si la enunciación pedagógica es una verdadera estrategia interaccional es porque opera durante todo el intercambio, constantemente reactualizado y reintroducido en la situación mediante maniobras que la reactivan, a cada paso, con el objeto de preservar la distancia entre el enunciador y el destinatario; esa distancia le permite al primero mantener la *diferencia de nivel*: el dominio de la situación por parte del pedagogo se funda enteramente en ese matiz, primordial, entre la comunicación y la metacomunicación. El debate de 1974 había sido "ritmado", de cabo a rabo, por los "metagolpes" de Valéry Giscard d'Estaing. En ningún momento, en 1974, Valéry Giscard d'Estaing había perdido el dominio de la relación complementaria que él instauraba mediante su posición didáctica; en ningún momento François Mitterrand había intentado desalojar a su adversario de esa posición, en el plano metadiscursivo, o redefinir la estructura del intercambio.

Volvamos a 1981. Valéry Giscard d'Estaing buscaba el enfrentamiento directo sin periodistas, lo que le iba a permitir ejercer su influencia pedagógica directa en el adversario; Mitterrand insistía en la necesidad de la presencia de periodistas que debían participar del debate, es decir, conducirlo y hacer preguntas. Ese era el punto fundamental.(14)

El miércoles 29 de abril, la discusión en torno de la presencia o la ausencia de periodistas se precisa. Hacia el fin de la tarde, Robert Badinter, asesor del candidato socialista, hace pública una carta que él había enviado a la Comisión Nacional de Control Eleccionario, en la cual se formulan las condiciones que presenta François Mitterrand para un eventual debate. Esta carta es acompañada de un "anexo técnico", que exige que haya "periodistas conocidos por su objetividad y competencia, que en nombre del público, libremente, interroguen a los candidatos".

France Soir, en el documento del Partido Socialista, enumera veintiuna condiciones. Por la noche, el portavoz del presidente saliente, Jean Philippe Lecat, reacciona mediante una carta que envía a su vez a la Comisión, y en la cual señala que las condiciones propuestas por François Mitterrand "... conducirían a un falso debate en que los interlocutores no intercambiarían directamente sus argumentos (...). Giscard d'Estaing acepta cualquier fórmula que permita una discusión directa entre los interlocutores. (...) Mitterrand, por un momento, vacila ante esa forma clásica de debate cuyas reglas y modalidades todos los franceses conocen... "

El jueves 30 de abril, los socialistas fingen abandonar la negociación. La reacción de Valéry Giscard d'Estaing es inmediata: ese mismo jueves, por la tarde, envía una carta personal a François Mitterrand, que finaliza así: "Le sugiero que nos ponga en manos del presidente de la Comisión Nacional de Control para que designe él mismo a un moderador, que se sentará a la mesa y deberá contar con su beneplácito. Estaré, pues, en el día y a la hora que usted mismo ha elegido -el martes 5 de mayo a las 20:30- en el estudio de televisión, para debatir con usted y *sólo con usted* temas referentes al porvenir de nuestro país". En este texto, la bastardilla es mía: el presidente saliente lo apostaba todo por el rechazo de la intervención periodística.

Valéry Giscard d'Estaing intentaba imponer una estructura dual, un espacio de intercambio puramente político del cual estuvieran excluidos los periodistas.(15) ¿Por qué? Porque toda relación pregunta-respuesta *puede* colocar al interrogado en posición complementaria inferior, con tal que le siga un metagolpe destinado a mostrar que el otro es incapaz de responder correctamente. Al mismo tiempo, el enunciador pedagógico trata de definir por sí mismo las

reglas del juego, partiendo de su posición metacomunicacional.¹⁶ Los periodistas autorizados para *llevar adelante el debate y hacer preguntas* no podían ser sino una fuente de perturbación para la estrategia del presidente saliente; una intervención así le quita al enunciador pedagógico la exclusividad de una de sus armas favoritas: hacer preguntas. François Mitterrand, en cambio, tenía mucho interés en imponer una relación ternaria, en la cual hubiera una imbricación entre el espacio político y el de la información, en cuyo caso éste sirviera para “abrir” a aquél. ¿Por qué? Porque la presencia activa de los periodistas le permitía a Mitterrand enfrentar los “metagolpes” de su adversario: frente a una pregunta, por ejemplo, él podía cambiar de interlocutor y dirigirse a los periodistas. La estructura ternaria podía proporcionarle medios indirectos para “quebrar” los metagolpes de su adversario.

Las dos proposiciones de dirección que se enfrentaban implicaban, según se ve, dos conjuntos de condiciones muy distintas para los intercambios de palabra. Pero en un debate televisado sólo está la palabra. ¿Qué ocurre en la imagen? Desde el punto de vista del funcionamiento de la imagen, las condiciones formuladas por el Partido Socialista el 29 de abril de 1981 constituyen un documento excepcional. Por primera vez se plantea una hipótesis respecto de los efectos que en el campo de lo político pueden tener las modalidades de procesamiento de la imagen, que lo audiovisual acostumbra aplicar en el marco de otras reglas discursivas.

Hasta las elecciones de 1981, en las discusiones referidas a los debates por televisión, los políticos habían formulado una sola regla, grata a Valéry Giscard d'Estaing: la igualdad de los tiempos de expresión. Esta regla, puramente cuantitativa, se apoya -claro está- en un doble desconocimiento. Desconoce, por un lado, el hecho de que la estructura del intercambio (cuya importancia acabo de señalar), en el plano de los efectos, es más decisiva que la igualdad del tiempo del que dispone cada adversario. Por otra parte, desconoce el hecho de que la herramienta audiovisual es, antes que nada y sobre todo, una *imagen que produce efectos de contacto*. Por supuesto, si el presidente saliente se empeñaba tanto en no aplicar sino la única regla de la igualdad de los tiempos de discurso era porque conocía a la perfección los otros dos factores, y tenía mucho interés porque no fueran controlados.

Ahora bien, el “anexo técnico”, junto con la carta que Robert Badinter había dirigido a la Comisión de Control el 29 de abril, no ha hecho más que poner sobre el tapete los problemas planteados por esos otros dos factores, al imponerle al adversario una negociación referida *también* a ellos. En lo que se refiere a la estructura del intercambio, al insistir en la presencia de periodistas autorizados para llevar adelante el debate y hacer preguntas. En lo referente a la imagen, al proponer un nuevo principio *la igualdad de los tiempos de imagen*, destinada a neutralizar una de las modalidades fundamentales del lenguaje audiovisual: el “plano de corte”. Este es el pasaje del que nos interesa: “Para garantizar una duración idéntica de proceso de la imagen de los candidatos, la imagen del candidato en el momento de expresarse sólo será retransmitida durante sus intervenciones, con exclusión de todo plano de corte o de reacción de su interlocutor o del árbitro”.

En la interacción frente a frente, cada “golpe” es un paquete en extremo complejo de elementos verbales y no verbales: los movimientos de los brazos, los gestos de las manos, la expresión del rostro, el grado de tensión o de serenidad transmitido por la postura, al rodear la palabra del enunciador, todos esos indicadores sirven para reforzar, atenuar, precisar, dramatizar, admitir o, por el contrario, alejar de sí lo que se dijo. Cuando un emisor habla, los signos que expresa la imagen de su cuerpo le sirven para modalizar su propia palabra; en realidad, son -respecto de ésta- metaseñales, metacomunicación. Pero los elementos paralingüísticos también son metaseñales, frente a la enunciación del otro: tal es el caso en que hacemos gestos al escuchar a nuestro interlocutor. Es la gestualidad emitida por un sujeto cuando escucha a su interlocutor, privilegiada por el plano de corte: éste consiste en llevar a la pantalla la imagen de B cuando A está hablando. En esas condiciones, una simple elevación de hombros, un gesto con la mano o una sonrisa por parte de B pueden bastar para descalificar por completo lo que A está diciendo. Lo que el documento del Partido Socialista intentaba prohibir durante el debate era ese funcionamiento “cruzado”, interaccional, de la metacomunicación no verbal. La propuesta de una estructura ternaria para definir el envite del intercambio verbal y la de excluir el plano de corte tenían el mismo sentido: neutralizar lo más posible la panoplia de los metagolpes del pedagogo.

El lunes 4 de mayo, François Mitterrand respondió a la carta que su adversario le había enviado el 30 de abril. En ella se lee: “Le digo firmemente: o bien conducirán el debate algunos periodistas y un realizador independientes, o no se efectuará”.

Valéry Giscard d'Estaing debió asentir. En la tarde del mismo día, durante una reunión de más de dos horas entre los representantes de los dos candidatos y el ponente general de la Comisión de Control, concluyó el acuerdo. El debate se efectuó el martes 5 de mayo de 1981, a las 20:30, en las condiciones impuestas por el Partido Socialista, con dos periodistas que lo organizaron y formularon preguntas.

La pantalla chica mostró cada cuerpo encerrado en sí mismo. Cada uno podía subrayar sus propias palabras, pero no podía responder. El presidente saliente había construido su cuerpo presidencial durante siete años; según algunos, incluso había abusado. François Mitterrand había formado el suyo durante varios meses. Jacques Séguéla lo había representado muy bien en los carteles de la campaña: un cuerpo macizo, que recuerda por allí la imagen de Georges Pompidou, un cuerpo que da una impresión de gravedad, pero que a la vez transmite algo así como llaneza en la determinación. Aunque pueda animarse en la ironía de una réplica muy acertada, es un cuerpo que fundamentalmente tiende a quedarse autorreplegado, un cuerpo cuya compacidad raras veces se afloja. En el debate de 1981, ese cuerpo, siempre marcado por no sé qué reserva, fue largamente mostrado mediante primeros planos, empleados sólo por el realizador del candidato socialista, Serge Moati (punto 4 del), pero quedó preservado de las estocadas del presidente saliente, cuyo cuerpo era animado por completo por una fuerza gestual centrífuga tanto en la agresividad como en el desprecio. Y otra vez una frase, ahora de François Mitterrand, quedó como signo del fracaso del adversario, a la vez que de un cambio de nivel en la consideración de las estrategias: "¡No soy su alumno!".

3. LA IRRUPCIÓN DE LA LÓGICA DE MERCADO

Hasta las elecciones de 1974, lo audiovisual como servicio público había constituido lo que podemos llamar *el espacio público mediático del Estado*. La mediatización de lo político todavía era embrionaria, y las potencialidades espacio-temporales de la imagen televisiva no estaban exploradas. En la historia del periodismo televisivo, el cromo de ese período es el del ministro que telefona al director informativo de un canal, en relación con el tratamiento que se le dará, por la noche, a tal o cual noticia referida a la política gubernamental. Es la era gaullista de la televisión.

Durante el septenio de Giscard d'Estaing, y hasta la campaña presidencial de 1981 inclusive, se perfila una disociación entre dos tipos de espacios: *el espacio público del Estado*, que en cada plazo electoral se estructura según la forma de la campaña oficial, estrictamente reglamentada, y lo que se puede llamar *el espacio mediático del Estado*, a través del discurso de la información por televisión, que poco a poco adquiere autonomía frente al poder político. A medida que se va acentuando esa autonomía, la negociación de la interfaz política/información cobra importancia. Nos hemos parado en el punto culminante de esta negociación, en ocasión del debate de 1981. En este período, el lenguaje de la información evoluciona con rapidez hacia formas audiovisuales nuevas, que explotan cada vez más el espacio-tiempo de la imagen.(17)

Durante el septenio de Mitterrand se inicia el fin del monopolio de Estado, proceso acelerado durante el gobierno de Jacques Chirac, y cuyas consecuencias se hacen visibles, por primera vez, en la campaña presidencial de 1988. Comparando las campañas electorales de 1981 y 1988 por televisión, se puede medir la importancia de la ruptura que ha habido en la evolución de los lenguajes audiovisuales de lo político, en Francia: en comparación con lo anterior a 1981, lo que hoy se ha convenido en llamar "PAF" es otro mundo.

El espacio público del Estado desaparece en forma progresiva a favor de un *espacio público de lo político*, en que los partidos se irán apropiando cada vez más de la herramienta audiovisual, aun cuando se siga hablando, aquí y allí, de "campaña oficial". Paralelamente se constituye un *espacio mediático de la información*, en el cual la competencia comercial entre los diarios televisados de los canales estatales y de los privados se convierte en regla.(18) Digamos algunas palabras sobre estos dos espacios, cuyas formas hoy están en gestación.

En lo que se refiere a la campaña llamada "oficial", el vacío que ha sustentado durante muchos años literalmente lo ha hecho implosionar, en ocasión de las elecciones presidenciales de 1988. La sujeción reglamentaria clásica desapareció de un modo totalmente silencioso: nadie se conmovió por ello. Sólo han quedado ciertos rituales, tales como la igualdad de tiempo de emisión para los candidatos de la primera vuelta y el sorteo de su posición en la tabla de los programas. Desde el punto de vista propiamente discursivo, todo lo que estaba prohibido hasta 1981 se hizo posible en 1988. El ejemplo extremo es el del "videoclip", creado por el equipo de Jacques Séguéla para servir de

introducción a todos los programas del candidato a presidente: en ochenta segundos desfilaba la historia de Francia desde la Revolución hasta las elecciones de François Mitterrand, obra maestra de retórica publicitaria.

En lo que se refiere al espacio mediático de la información, éste ha engendrado una extraña emisión: el encuentro entre François Mitterrand y Jacques Chirac. Tradicionalmente, el encuentro entre los dos candidatos presidenciales de la segunda vuelta era el último programa que formaba parte de la campaña oficial. Ahora bien, el de 1988 fue transmitido simultáneamente por el principal canal estatal (Antenne 2) y por el principal canal privado (TF 1). En éste, Patrick Poivre d'Arvor, su presentador, anunció el encuentro en el transcurso del telediario; de esta manera, el debate apareció en TF 1 como una especie de edición especial del noticiero de las 20: el espacio mediático de la información lo absorbió, literalmente. La negociación sobre las modalidades del debate se condujo con la mayor discreción, y las reglas que en 1981 habían dado lugar a una polémica porfiada parecieron casi "naturales": así, la prohibición del plano de corte se aplicó sin *otro* comentario que el de Patrick Poivre d'Arvor, que les indicaba a los telespectadores del diario su significación técnica.

Convendremos en que esta doble difusión simultánea, desde el punto de vista de la lógica comercial, voluntariamente introducida por el poder público en lo audiovisual, es una aberración: ha acarreado un despilfarro gigantesco e injustificable del tiempo de emisión cuyo precio, a las 20:30, es bien conocido. Por lo tanto no se puede considerar sino como lo que es: un síntoma. Al no atreverse a elegir entre el principal canal estatal (lugar institucional natural de ese debate, en el marco de la campaña oficial)(19) y el principal canal privado, es decir, al no atreverse a reservarle al canal estatal la única emisión de la campaña oficial que iba a tener un índice de audiencia muy elevado, esa doble difusión da pruebas de la ambivalencia del poder político, que no llega ni a librarse de la fascinación que sobre él siempre ha ejercido lo audiovisual, ni a asumirla plenamente.

Para evitar que la evolución en curso llegue a una situación tal como la de los Estados Unidos, donde las campañas electorales se reducen a la *publicidad* audiovisual (y cuyas consecuencias a menudo han sido severamente criticadas en ocasión del enfren-tamiento entre Bush y Dukakis), hay un solo medio: que el poder político sepa asumir sus responsabilidades, reconstituyendo el *espacio público del Estado*, abierto (a diferencia de las campañas oficiales clásicas) a la riqueza de la herramienta audiovisual, pero preservado del dominio total de la lógica de mercado. Si se quiere parafrasear a Ducrot, proteger la "polifonía" del discurso político (es decir, las tres dimensiones que históricamente siempre lo han caracterizado: *refuerzo, enfrentamiento y persuasión*), evitando que se reduzca a la última, el envite es fundamental.(20) Y es sólo un aspecto (referido a lo audiovisual) de una problemática mucho más vasta y hoy decisiva: cómo redefinir, en el umbral de los años noventa, la noción y la función del servicio público.

El empobrecimiento (a menudo denunciado) del discurso político *no se debe a lo audiovisual*. El ingreso de lo político en la era audiovisual ha significado, por el contrario, un enriquecimiento de la discursividad política, mediante la incorporación de nuevos registros del sentido (en especial, el de lo indicial), y mediante la complejización de las estrategias que de ella resultan. Este empobrecimiento sólo es ineluctable cuando la *forma publicidad* se vuelve la forma dominante de la comunicación política. Ahora bien, la publicidad, que es un tipo de discurso con sus reglas específicas, no es, nunca fue, pese a las apariencias, la discursividad estructurante de lo audiovisual para el público en general: éste (por oposición al cine, cuya publicidad está mucho más cerca como régimen discursivo) es una cuestión de contacto, y su fundamental es lo directo: lo contrario, en cierto modo, de la publicidad. La publicidad por televisión es un (como lo son las películas que se pueden difundir a través de ella). Si el discurso político queda anclado en la economía del régimen audiovisual, su complejidad quedará preservada: esto se ha convertido hoy -me parece- en un asunto de Estado.

Notas

1 Véanse al respecto mis artículos: *Le séjour et ses doubles: architectures du petit écran*, Temps libre Paris, 11: 67-78, 1985, y *Corps et métacorps en démocratie audiovisuelle*, Apresdemain, Paris, núm 293-294, abril-mayo de 1987, págs. 32-35.

2 En este caso hablo en el sentido estricto (y limitado) del término, es decir, designo los dispositivos tecnológicos de producción-recepción de discursos. En la tradición parsoniana (que retoma Habermas), el poder y el dinero también son "medios". Este sentido (amplio) del término está excluido de lo que llamo mediatización. Véase al respecto J Habermas, *Théorie de l'agir communicationnel*, Paris, Fayard, 1987, vol. 2, cap. VII y VIII.

3 Los ejemplos de estos enfoques "totalizadores" que aquí rechazo no faltan; oscilan siempre entre el catastrofismo y el optimismo exagerado: del hombre unidimensional de Marcuse al tribalismo electrónico de MacLuhan, antaño; de la función signo y el simulacro de Baudrillard a la forma-modo de Lipovetsky, hoy.

4 Se encuentra una discusión detallada de los conceptos de producción y reconocimiento de los discursos sociales en mi libro *La sémosis sociale. Fragments d'une théorie de la discursivité*, op. cit.

5 De un modo más o menos explícito, la cuestión de la mediatización subtiende la mayoría de los debates actuales en torno de la despolitización y la democracia. Véase, por ejemplo, Finkielkraut, A. y Gaucher, M.: "Malaise dans la démocratie. L'école, la culture, L'individualisme", en *Le débat* Paris, Gallimard, nro. 51:130-152, septiembre-octubre de 1988.

- 6 Acerca de los tres órdenes del sentido (símbolo, ícono, indicio), se puede leer en francés: Peirce, CS: *Écrits sur le signe*, París, Editions du Seuil, 1978. Véase también Verón, Eliseo: *La sémiótica social. Fragments d'une théorie de la discursivité*, París, Presses Universitaires de Vincennes, 1988.
- 7 Jean- Claude Passeron, sin ternura alguna, ha recordado algunos de estos contrasentidos en la nota preliminar de una obra reciente: "Les yeux et les oreilles", en Passeron, J. C. y Grumbach, Michel: *L'oeil à la page. Enquête sur les images et les bibliothèques*, París, Centro Georges Pompidou, Bibliothèque Publique d'Information, 1984.
- 8 El análisis de la problemática del cuerpo significante y de la mirada como "operador del contacto" en "Le corps retrouvé", *La sémiótica social*, op. cit.
- 9 A pesar de lo que se haya podido decir, el general De Gaulle era un político de la era de la radio.
- 10 He descrito algunos aspectos de esta relación y la importancia, en su desarrollo, de la situación en el espacio de la escena, en "*Le séjour cet ses doubles: architectures du petit écran*", loc. cit.
- 11 Acerca de la cuestión de la mirada, véase mi artículo: "*Il est là, je le vois, il me parle*", *Communications*, París Ed. du Seuil, 38: 98/120, 1983.
- 12 Comunicado que Valéry Giscard d'Estaing hizo público el domingo 26 de abril de 1981, hacia las 22:30.
- 13 Sobre la distinción entre simetría y complementariedad, véase Gregory Bateson, "*Vers une écologie de l'esprit*", París, Editions du Seuil, 2 volúmenes. 1977 y 1980.
- 14 En 1974, en escena había habido dos periodistas, pero no podían hacer preguntas ni participar de los intercambios: su única función era controlar el tiempo discursivo de ambos candidatos.
- 15 Véase al respecto mi artículo "*Le séjour et ses doubles...*", loc. cit.
- 16 El análisis muestra que, en la totalidad del debate de 1974, François Mitterrand había planteado tres preguntas verdaderamente dirigidas a su adversario (es decir, dejándole a este tiempo para responder), mientras que Valéry Giscard d'Estaing había hecho doce preguntas tramposas.
- 17 Sobre la evolución de una discursividad de los telediaristas en este período, véase mi artículo "*Il est là, je le vois, il me parle*", op. cit. Con respecto a la historia de las relaciones entre televisión y política, Jean-Louis Missika y Dominique Wolton, *La folle du logis*, París, Gallimard, 1983.
- 18 Respecto de la importancia nueva, en este contexto, del noticiero televisivo del canal 5, véase mi artículo "*Espaces énonciatifs du journal télévisé: un retour de l'énoncé?*", *L'information télévisée*, Jornadas de estudios en la Universidad de Lille III, noviembre de 1988.
- 19 Claro está, todas las demás emisiones de la campaña oficial sólo fueron difundidas por los dos canales públicos.
- 20 Estas tres funciones corresponden, respectivamente, a los tres destinatarios del discurso político desde el punto de vista de la estructuración de la enunciación: el prodestinatario, el antide destinatario y el paradesinatario. Véase al respecto mi artículo "La palabra adversativa: observaciones sobre la enunciación política", en *El discurso político. Lenguajes y acontecimientos*, Buenos Aires, Hachette, 1987.

ELISEO VERON

"ESTA AHÍ LO VEO, ME HABLA"

Revista Communication N° 38, Enonciation et cinéma, Seuil, París, 1983. Traducción realizada por María Rosa del Coto

NOTICIERO TELEVISIVO

Este trabajo presenta un primer acercamiento al dispositivo de enunciación típico de un texto audiovisual bien determinado: el noticiero televisivo. Trata de explorar, con todos los riesgos que esto comporta, un dominio nuevo: objeto familiar en la experiencia cotidiana de millones de personas, el noticiero televisivo revela una complejidad temible; complejidad que se hace evidente tan pronto como, habiendo capturado en un videocasette algunos ejemplares de su especie (que, por cierto, no está en vías de extinción), se estudian su estatuto, su estructura general, sus modos de construcción y funcionamiento, sus variantes, la combinatoria específica de sus materias significantes y el cruce de géneros discursivos que lo caracterizan.

A esta complejidad se agrega el hecho de que es muy difícil circunscribir la investigación al estudio de un corpus constituido únicamente por noticieros. Como ocurre siempre cuando uno se interesa por los discursos sociales, su descripción no puede realizarse sin recurrir a la vía comparativa: el análisis trabaja sobre las "diferencias" (distancias) interdiscursivas, y la economía discursiva propia de un tipo dado no es observable más que por el estudio de sus invariantes (y, por lo tanto, de sus posibles variantes), invariantes que definen su especificidad y por eso su diferencia respecto de otros tipos de discurso. (1) Si el criterio de trabajo sobre las diferencias se formula aquí como principio metodológico es porque, me parece, la propia naturaleza de los objetos lo impone: los discursos sociales se interdeterminan. Comprender la estructura y el funcionamiento del noticiero televisivo exige comprender su lugar entre los soportes de la información. Una primera dimensión de la especificidad del mismo es, pues, identificable a través del análisis de las propiedades discursivas que resultan del soporte significante: dentro del universo del discurso informativo, el noticiero puede así compararse con la prensa y con la radio. (2)

Pero, para avanzar en una determinación más global de sus propiedades, la cuestión del campo de variantes posibles deviene ineludible, y la necesidad de realizar investigaciones que no se limiten al ámbito de una sola cultura se impone. Es por esto que las reflexiones que siguen, aunque conciernen sobre todo a las modalidades de funcionamiento del noticiero televisivo francés, reposan sobre un análisis comparativo entre los noticieros galos y los noticieros nacionales vespertinos del Brasil, y sobre observaciones (menos sistemáticas) llevadas a cabo sobre noticieros de las grandes cadenas estadounidenses y de las cadenas nacionales italianas. (3) Desde este punto de vista, el noticiero plantea problemas particulares muy diferentes de los que afronta la semiología del cine: a

diferencia de una película que, producida en condiciones económicas, sociales y culturales específicas, circula por el mundo entero, la circulación del noticiero televisivo es culturalmente cerrada: su producción y su reconocimiento se efectúan en un mismo contexto, el de una nación.

A estas dos dimensiones que tienen que ver con su especificidad (restricciones significantes del soporte en el interior del universo discursivo de la información, y campo de variaciones de una estructura que atraviesa contextos socioculturales diferentes) hay que agregar otra, la dimensión temporal: es evidente que a lo largo de la historia de la televisión, las informaciones televisivas en los países industriales sufrieron transformaciones profundas (y, por otra parte, desde que se produjo la última elección presidencial, en Francia, e impulsado por la nueva situación política, se está desarrollando un período de cambio rápido). (4)

Estas dimensiones (que no son las únicas que están en juego) no se abordarán en este trabajo de manera directa, ya que él estará esencialmente dedicado a identificar algunas de las operaciones discursivas que definen el dispositivo de enunciación del noticiero televisivo. Si las evoco no es sólo para pedir del lector una cierta indulgencia —teniendo en cuenta la complejidad del dominio—, sino también para recordarle la estrategia de lo que llamo la teoría de los discursos sociales: la descripción de un conjunto de propiedades discursivas sólo es pertinente si está formulada a la luz de hipótesis (explícitas o implícitas) acerca de las condiciones de producción y de consumo de los discursos (de lo contrario, no sabríamos, incluso, qué describir). El análisis de los discursos sociales de ninguna manera es “inmanente”; no implica, tampoco, un simple traslado de conceptos (o de modelos) lingüísticos: si, al igual que los lingüistas, el que analiza discursos sociales habla de enunciación, el desarrollo de su tarea lo conducirá a transformar de manera profunda tanto el contenido como el alcance de ese concepto. Por otra parte, si no quiere constituirse en la última versión de una lectura intuitiva–interpretativa de los objetos culturales, el análisis de los discursos no deberá fundarse en una simple reforma de las investigaciones sociológicas, pertenezcan éstas a cualquiera de las orientaciones vigentes en ese dominio: si la sociología aporta al análisis de los discursos los instrumentos para localizar, dentro del funcionamiento social, los objetos discursivos que le interesan, no le ofrece las herramientas indispensables para describir la producción de sentido. Es en este espacio estrecho, en esta posición incómoda, en la que una teoría de los discursos sociales (o, si se lo prefiere, una sociosemiótica) debe por el momento trabajar. (5)

PRAGMÁTICA Y SOCIOSEMIÓTICA

Llegados a este punto, quizás sea útil distinguir la perspectiva que inspira estas reflexiones de los estudios que en estos últimos años se han desarrollado bajo el nombre de “pragmática”. Es necesario recordar, en principio, que la re–aparición del término tal como se ha producido recientemente en Francia (6) constituye el último empleo de una serie diversificada de usos. Si en algunos de ellos la problemática que recubre el término no ha tenido casi relación con el desarrollo de la lingüística (como, por ej. dentro de la tradición de la “teoría de la comunicación humana” en los EE.UU. (7) o en el contexto de la teoría de la “escuela de Palo Alto”, cuya fuente de inspiración son los trabajos de G. Bateson (8), en otros casos, entre los que se encuentra el de Francia, la “pragmática” puede ser considerada, por el contrario, como una suerte de “lingüística ampliada”. (Es ésta, además, la primera vocación del término, tercer constituyente de un tríptico, cuyas dos primeras partes (la sintáctica y la semántica) además de ser reivindicadas (asumidas) por los lógicos, lo fueron también, y con mucha frecuencia, por los propios lingüistas).

Trataremos ahora de enumerar las principales diferencias entre lo que llamo en este trabajo una “teoría de los discursos sociales” o sociosemiótica y la pragmática entendida como “lingüística ampliada”.

La primera diferencia es trivial. Nacida de una investigación de origen lingüístico, es de esta materia de la única que se ocupa la pragmática focalizada en los “actos de lenguaje”: es evidente que los problemas de la enunciación en la imagen audiovisual, por ej., no le conciernen, lo que, desde ya, no puede reprochársele. La sociosemiótica, por el contrario, en la medida en que encuentra su punto de partida en los discursos sociales tal como se dan en la experiencia, está obligada a enfrentar el hecho de que aquéllos son siempre “paquetes” constituidos por materias significantes heterogéneas. Desde este punto de vista, la sociosemiótica se acerca más a la pragmática estadounidense, dado que ella desde hace tiempo se ha interesado por los problemas que las materias translingüísticas plantean: los factores paralingüísticos en el habla (acento, entonación, énfasis, etc.) como asimismo los fenómenos de la gestualidad (en la proxémica y la kinésica, por ejemplo) fueron asociados y

considerados como objetos de estudio dentro de una concepción anglosajona de la “pragmática de la comunicación”.
(9)

Las diferencias significativas entre la sociosemiótica y la pragmática de los “actos de lenguaje” tienen que ver con el modo de abordar el dominio de estudio que les es común: la materia lingüística.

La pragmática trabaja (como lo han hecho siempre los lingüistas) sobre enunciados o sobre frases que son ejemplos imaginarios, es decir, que ha sido el investigador el que, poniendo en ejercicio su propia competencia lingüística, los ha producido. Esos enunciados o esas frases están, por consiguiente, y por definición, desligados de los contextos discursivos y situacional reales (atestiguados). La resultante de ese modo de trabajo ha sido la reproducción, en el interior de la pragmática, de un fenómeno bien conocido y ampliamente observado en lingüística: para cada ejemplo, del que el análisis quiere mostrar el carácter improbable o “desviante” de su empleo en tales o cuales circunstancias (y los ejemplos de este tipo constituyen siempre, de manera explícita o implícita, un aspecto importante de las demostraciones pragmáticas), se puede imaginar una situación (o un contexto discursivo) en el que dicho empleo deviene posible. La problemática del análisis de los discursos es, por supuesto, extraña a la cuestión de la aceptabilidad, la improbabilidad o la rareza de una expresión, de un enunciado, de una frase, o de un intercambio conversacional: el análisis de los discursos sociales no se plantea esta cuestión porque parte de “corpus” efectivamente atestiguados. El objeto de la socio semiótica es dar cuenta de las condiciones de producción (o de reconocimiento) de esos discursos y no el de aplicarles un criterio, cualquiera sea éste, de “normalidad” de empleo. A veces, la pragmática lingüística apela también a fragmentos textuales atestiguados, pero este hecho parece no repercutir sobre las investigaciones que se llevan a cabo: el análisis es indiferente a la naturaleza del texto del cual se ha tomado el fragmento, y el ejemplo atestiguado cumple la misma función que los imaginados, a saber: ilustrar los mecanismos pragmáticos independientemente de los contextos discursivos, de los tipos de discurso y de cualquier otra consideración “externa”. Dicho de otra manera: el discurso efectivamente producido sólo es abordado como lugar de manifestación de la pragmática de la lengua en la que está escrito.

La pragmática lingüística, que siente cada vez más interés por la enunciación, formula hipótesis sobre las situaciones enunciativas que pueden corresponder a tal o cual empleo de los fragmentos que analiza. En tal sentido puede afirmarse, sin ninguna duda, que desborda la problemática de la que la lingüística clásica se ocupa. Pero, así como ésta última imaginaba sus frases, el pragmático imagina sus fragmentos y también las situaciones (o el contexto discursivo inmediato, por ej.: pregunta/respuesta) en las cuales aquéllos pueden, razonablemente, funcionar.

Para encuadrar sus fragmentos, esta pragmática tiende, por una parte, a imaginar situaciones de enunciación cada vez más complejas (aunque no, por cierto, menos arbitrarias) y, por otra, a introducir un conjunto de reglas y principios sociales cuyo estatuto, origen y validez permanecen inciertos.

Es, por llamarlo de algún modo, su política de añadidos (consecuencia de haber constituido su estatuto en base a la ampliación de una problemática inicialmente sintáctico–semántica), lo que de manera más acabada permite efectuar una distinción entre pragmática lingüística y análisis de los discursos sociales. Aquélla postula la existencia de una significación primera (significación “literal” que resulta de un primer acto “locutorio” o “proposicional”) a la cual vienen a agregársele otros sentidos que aparecen como niveles adicionales. El movimiento conceptual de la pragmática lingüística opera, así, según una línea de fuga que, a partir de la “significación literal” va hacia otros sentidos, hacia otros niveles de funcionamiento (hacia lo implícito, hacia los actos que se hacen al producir tal o cual enunciado, etc.). (10) El movimiento que realiza la sociosemiótica es exactamente el inverso. Parte de discursos sociales (discurso político, publicitario, informativo, literario, conversaciones producidas en contextos cotidianos o institucionales determinados, etc.); y trata de comprender sus propiedades y sus modos de funcionamiento en el seno de una sociedad dada, considerando que su estatuto de objetos sociales sobredetermina los otros niveles de sentido. Si, para tomar impulso teórico, la pragmática parte de una significación literal que va a sobrepasar, para la sociosemiótica las “significaciones literales” son el resultado (el residuo, podría decirse) de un enorme dispositivo social: la “significación” literal es ese sentido que permanece cuando los demás aspectos del funcionamiento del discurso se han logrado neutralizar. El pragmático comprueba que “a través de un enunciado, solemos comunicar otra cosa de la que aquél literalmente significa” y se interroga entonces acerca de “cómo llegamos a hacer eso”. La sociosemiótica supone que producir un otro sentido del que se significa literalmente es el estado natural, si se puede decir, de la discursividad social, y que un enunciado que sólo significa su sentido literal es, muy probablemente, un

objeto que sólo existe en condiciones excepcionales, condiciones que, a su vez, son, ellas también, sociales. Tomemos el caso de los enunciados con función asertiva explícita: es en virtud de un contrato social extremadamente complejo que puede lograrse que un enunciado sólo denote. Y esto es casi siempre más un deseo a cumplir que una realidad consumada. Las instituciones que se especializan en la tarea de controlar los otros sentidos, aquéllos que no son el de la denotación, son las llamadas instituciones científicas y, en la medida en que ellas producen discursos y no enunciados, su tarea es muy difícil. Quizás sean los lingüistas los únicos que logran producir "significaciones literales"; en efecto, el suyo es, entre los discursos sociales conocidos, el único en el que se encuentran enunciados fuera de contexto.

La mayoría de los investigadores que se interesan por el estudio de los fenómenos discursivos acuerdan, hoy por hoy, en que el discurso no es ni una suma de frases ni es tampoco reductible al mecanismo recursivo de la puesta en secuencia de enunciados. La sociosemiótica supone que el mismo principio vale para el plano de la enunciación: los discursos sociales no son una suma de "actos de lenguaje".

EL EJE 0-0: LA MIRADA Y EL RÉGIMEN DE LO REAL

En Francia, el primer período de la historia de las informaciones televisadas parece haber sido dominado por la ideología de la inmediatez del acontecimiento, el acontecimiento tal como es representado por la imagen: pasión por el directo y por el reportaje, en el marco de una estrategia que, para el periodista consiste en "estar, lo más rápido posible, allí donde las cosas ocurren". Hacia la mitad de los años sesenta, ese periodismo de "terreno" se transforma y poco a poco su lugar es ocupado por una nueva concepción: el "estudio" adquiere más y más importancia, y con él, el comentario y la reflexión sobre los acontecimientos: los periodistas especializados aparecen. De modo que, y tal como Brusini y James las han descrito (12), las dos grandes etapas de la evolución de las informaciones televisadas en Francia son el reportaje y el examen. Nos enfrentamos así, entre 1974 y los tramos finales de 1980, y en el marco del desarrollo del "periodismo de examen", a un fenómeno que a menudo ha sido llamado el de la "personalización" de la información (fenómeno ya bien conocido en los EE.UU. con la figura legendaria de Walter Cronkite): los principales presentadores de los noticieros se convirtieron en "vedettes": Yves Mourousi (TF1, 13 hs.), Patrick Poivre d'Arvor (Antenne 2:20 hs.) y sobre todo Roger Gicquel, el presentador de la edición de las 20 hs. de TF1, que es la que alcanzó el mayor número de audiencia en el país. (13)

La llegada, a fines de 1980, de un nuevo director de información en la primera cadena, Jean-Marie Cavada, produce efectos que parecen reanimar la vieja polémica entre el "periodismo de reportaje" y el "periodismo de examen." El índice de audiencia del noticiero de Roger Gicquel baja, las críticas a la postura de su conductor se multiplican: habla mucho, sería necesario que dejara más lugar a las imágenes. Habiendo rechazado, se dice, cambiar su estilo, Gicquel es finalmente apartado de su cargo. Su reemplazante, Jean Lefevre, asume el 16 de febrero de 1981. Para señalar el cambio, el decorado del estudio se transforma por completo. Con el propósito de introducir al nuevo presentador, Jean - Marie Cavada abre el programa. Ocupa así, por un momento, la posición que le corresponde al conductor del noticiero: mientras habla me (nos) mira. Esta condición, fundamental de su enunciación, no puede reproducirse en una transcripción escrita de sus palabras. La mirada que Jean - Marie Cavada dirige al ojo vacío de la cámara hace que yo, telespectador me sienta mirado: está ahí, lo veo, me habla. Finalmente, el noticiero televisivo ha elegido constituirse alrededor de esta operación fundamental que, en tanto índice del régimen de real que le es propio: los ojos en los ojos, se convierte en una de las marcas del género. Denominamos a esta operación el eje 0-0. (14)

Es necesario señalar, en primer término, que este eje no es indispensable para dar cuenta de la función referencial, no ficcional, de un discurso audiovisual. (15) En la fórmula clásica del filme documental, por ej., (sucesión de imágenes comentadas por una voz en off en las que los diversos temas que componen el todo se distinguen el uno del otro mediante la aparición de intertítulos), tal eje no existe. Fue esta fórmula, que durante mucho tiempo y desde antes del advenimiento de la televisión ha sido utilizada para construir las "informaciones cinematográficas", la que en la época inicial de los noticieros televisivos aquella adoptó. Pero a partir del momento en que la mirada de un presentador-enunciador se fija sobre el espectador un cambio importante tiene lugar: el eje se convierte en el pivote alrededor del cual se organiza el noticiero televisivo pues, a través de los desvíos que respecto de él se producen, la aparición de una variada serie de operaciones discursivas se hace posible. Estas operaciones habrán de concretarse cuando el presentador desplace su mirada cuando deje de mirarme. La momentánea puesta en suspenso del eje 0-0 adquiere así el estatuto de un conector: marcará una transición, una articulación mayor en la puesta en secuencia del noticiero. En virtud de su posición central, el eje 0-0 llega a contaminar incluso hasta las

propias imágenes: los momentos en los que las imágenes de un reportaje invaden la totalidad de la pantalla borrando el estudio, son aquellos en que el presentador no me mira.

El eje encuentra su forma acabada en el momento en que el conductor, en tanto cuenta con la posibilidad de que el texto desfile ante sus ojos (16), no se ve obligado a bajar la mirada hacia sus papeles cada vez que debe leer algo. Como puede advertirse, tal es lo que actualmente les sucede en Francia a la mayoría de los presentadores. En el interior de un contexto semejante, la lectura franca de un papel se constituye en signo de lo excepcional: el presentador nos lee un despacho de último momento, un despacho "que acaba de llegar". En relación con los franceses, los presentadores de los noticieros italianos dan la impresión de leer los papeles que tienen sobre la mesa; esto no implica que el eje 0-0 se anule, pues el movimiento intermitente de la mirada hacia abajo deviene *poco significativa*: respecto de este caso podría decirse que el movimiento no reenvía más que a sí mismo: al acto de leer. Por consiguiente, todo deslizamiento de la mirada fuera del eje puede tomar a su cargo operaciones de transición o de articulación. Planteado esto, es evidente que la posición enunciativa no es exactamente la misma en uno y otro caso. Cuando un *texto* informativo existe y el mismo está significado por papeles que se encuentran sobre la mesa de trabajo (o por movimientos de mirada, incluso cuando los papeles no aparecen en la pantalla) se puede hacer el repertorio de toda una serie de variantes que van a modular de manera diferente tanto la relación con el espectador, como la relación con la información: lectura sostenida, con deslizamiento de la mirada hacia arriba —para encontrar al espectador— o, por el contrario, mirada sostenida, con, retornos periódicos al texto. En ambos casos el presentador puede significar que, o bien se atiene a lo escrito en el texto, o bien, marcándolo más o menos explícitamente (por la mirada, por un cambio de postura, por lo gestual y también, y más frecuentemente, por una alteración del ritmo de emisión del habla), que agrega, en un momento dado, un comentario o una evaluación que le pertenecen, que no están presentes a nivel manifiesto en el escrito que está leyendo. Cuando el presentador no hace "salidas" fuera del texto, y da cuenta de que mantiene una relación literal con lo que lee, se acerca a una variante del *modelo ventrílocuo*, del que hablaré más tarde. (17)

Desde luego que el eje 0-0 no se presenta sólo en el noticiero; pero cuando aparece en otros géneros audiovisuales lo hace invariablemente asociado a un movimiento de referenciación, a una operación destinada a *desficcionalizar* el discurso. Lo que se confirma por las consecuencias que su irrupción entraña en un texto con régimen explícitamente ficcional. En un filme de ficción, en efecto, la mirada de un personaje hacia la cámara (cuando no forma parte, claro está, de un encadenamiento campo/contracampo) produce un desarreglo (en el sentido de mal funcionamiento), una ruptura de la diégesis: el espectador, inmerso en el voyeurismo cómplice del relato, se ve sorprendido de repente por una mirada que viene de la imagen. (18)

Lo que nos autoriza a considerar que el eje 0-0 es una suerte de caución de referenciación, y que, por lo tanto, ha llegado a ser una marca de identificación del discurso informativo (y de su figura-soporte, el periodista) es su modo de funcionamiento en otros géneros audiovisuales próximos al noticiero, como ocurre en los magazines informativos, por ej. Con mucha frecuencia una emisión de tipo magazine es trabajada globalmente (como si tratara un único tema) y bajo la forma clásica del documental (imagen, más sonido, más música, más voz en off); sin embargo, es iniciada y concluida por un presentador que, instalado en un estudio, nos mira y nos habla. Es posible que esta imagen de estudio, incluso cuando esté grabada, permanezca asociada a la idea del "directo" (pues el estudio del noticiero televisivo es del "directo") y que, por consiguiente, esas aperturas y cierres de las emisiones, que, por otra parte, están construidas bajo una forma que en sí misma es extraña al eje 0-0, estén allí para dar "un toque de directo" al magazine. Si esta hipótesis es correcta, el eje 0-0 se presentaría, en su forma de manifestación actual, como una marca compleja: operación enunciativa, sería, al mismo tiempo, una metaoperación, la que identificaría a un tipo de discurso por el peso de su movimiento de desficcionalización: una suerte de "prueba" de anclaje del discurso en el real de la actualidad.

Existen emisiones que, por su propia naturaleza, son lugares de encuentro de dos juegos de discurso bien diferentes: la información y lo político (como por ej.. "El gran debate" y "Las cartas sobre la mesa", en el curso de la reciente campaña presidencial). En estos casos el eje 0-0 funciona, en un primer nivel, como marca de identificación de los roles: el periodista mantiene el privilegio del contacto directo con el telespectador, da explicaciones, abre y cierra la emisión mirándonos; el político mira al periodista cuando responde a sus preguntas; pero, hay momentos (poco frecuentes) en los que el político mira también a la cámara. Se marca de ese modo un cambio importante en su posición de enunciación: lo que está diciendo es lo suficientemente importante o grave como para que rechace la mediación, el relevo del periodista: por un fragmento temporal muy corto se dirige

directamente a los franceses. Así, en esta particular situación de enunciación, la del diálogo entre el periodista y el político, el deslizamiento de la mirada de este último *hacia la cámara* es un operador comparable a las itálicas en la escritura: subraya la importancia, el “peso de verdad” que el enunciador atribuye a una frase determinada. Esto se explica porque el deslizamiento en el político debe aparecer en muy contadas ocasiones; como la itálica, su pertinencia se corresponde con el carácter excepcional que reviste su empleo. El caso del presentador del noticiero es exactamente el inverso: en tanto el eje 0-0 define su posición de enunciación “normal” no dispone de esta “itálica visual”; sólo tiene un modo de significar: desviándose del eje. Pero, por consiguiente, en el caso del periodista tales desvíos no pueden funcionar como operadores de énfasis. (19)

La mayoría de las veces la aparición de los políticos en el medio televisivo pasa por el relevo de los periodistas; se trata, pues, casi siempre, del dispositivo dialógico del que acabo de hablar. En Francia hay, sin embargo, dos excepciones principales: las “alocuciones del presidente de la República” (realizadas muy asiduamente por Giscard d’Estaing) y las emisiones de lo que se ha dado en llamar la “campana oficial” en los períodos pre-electorales. El primer caso implica dos problemas que no voy a desarrollar aquí: el enunciador político se enfrenta en un cara a cara con las instituciones y no se posiciona de manera directa en el marco de la lucha política. El segundo caso (las emisiones de la “campana oficial”) se caracteriza por el hecho de que, a menudo, la mediación del periodista ha desaparecido: el candidato se dirige directamente a los espectadores instaurando el eje 0-0. Se ubica así en una posición que habitualmente no le pertenece, aquella que le corresponde al periodista. Esto, quizás, explique el efecto de artificiosidad extrema que resulta de las emisiones “oficiales”, emisiones que se producen en el contexto de una campana donde el político, por otra parte, pasa constantemente por el relevo de los periodistas. Pienso que esto constituye una prueba indirecta del funcionamiento del eje 0-0 en el discurso de la información: caución de referencialidad y a la vez operador de identificación del género: si en el movimiento de énfasis, en el efecto excepcional de “itálica”, el eje 0-0 guarda aún su valor de anclaje, cuando el enunciador se *instala* en ese otro emplazamiento el eje parece afectar la credibilidad del discurso político: el político se pone en posición de informarnos, pero nosotros sabemos que quiere persuadirnos.

El eje 0-0 produce un efecto de desficcionalización en otras dos modalidades de aparición: en los programas de entretenimiento y en las transiciones hechas por los “locutores”.

Algunas emisiones de entretenimiento están muy cerca del régimen puramente ficcional: cuadros puestos en secuencia por un montaje más o menos clásico. Pero hay otras que instalan el eje 0-0 cuando un presentador o un enunciador articula el conjunto de la emisión y, micrófono en mano, mira a la cámara para enunciar los números, hacer comentarios o dialogar con tal o cual estrella. Parece que esta segunda variante contiene, respecto de la primera, un grado menor de ficcionalidad, resultado del empleo del eje 0-0: éste indica o bien que la emisión es en directo, o bien que ha sido grabada en presencia de un “verdadero” público. En un caso como en el otro, y *dentro del género entretenimiento*, la emisión lleva la marca de una cercanía respecto de lo “real”.

En cuanto a la “locutora”, fenómeno absolutamente desconocido en muchos países, diremos que ella es aún una figura importante de la televisión francesa (a pesar de que de tiempo en tiempo se habla de su desaparición). En relación con las propiedades del eje 0-0, la locutora es un caso interesante. Para hablar con propiedad, no forma parte del discurso informativo pero —aún cuando la actualidad de la que ella nos habla es *la de la propia institución*: los programas de la cadena— su posición enunciativa es comparable a la del periodista. Entre dos bloques ella también produce, “los ojos en los ojos”, el enganche del discurso con un cierto real, en este caso el del soporte mismo, el de la televisión en tanto que lugar de producción de discurso.

El eje 0-0 funciona pues, como un operador de lo que (por oposición a desrealización o irrealización) podría llamarse *realización*. Su función es la de naturalizar al máximo (en el noticiero televisivo) o el de atenuar (en otros contextos) ese estatuto ficcional que es el “estado natural” de todo discurso. (20) El efecto aparentemente opuesto que el eje 0-0 produce cuando el enunciador político se instala en él no me parece que contradiga esta descripción: es porque el eje posee ese valor de caución referencial que, en el contexto del discurso político, está *descalificado*; es, por otra parte, porque el eje se reconoce como posición de enunciación referencial de la información que se convierte en incompatible respecto de otras propiedades del juego de lo político. (21)

POR LA VOZ DEL HECHO.

Si la función referencial del noticiero reposa sobre el encuentro insistente de la mirada del periodista con la del telespectador, ¿qué es lo que se organiza, qué es lo que toma forma alrededor de este eje?

Regresemos al 16 de febrero de 1981 para oír lo que Jean - Marie Cavada tenía para decirnos esa noche en la que, mirándonos, iba a introducir al nuevo presentador del noticiero: "...algunas palabras para decirles que, en el mundo agitado en que vivimos, vamos a aprovechar la confianza que nos han acordado para profundizar nuestra propuesta, propuesta que hasta el presente no tuvo mal resultado, y para renovar algunos accesos a la información. Sea que se trate de nuevos miembros de nuestro equipo, de los que ya verán sus rostros y, con los que se familiarizarán, o bien de aquellos que han sabido captar su confianza hasta el presente, los reportajes que verán en nuestro noticiero o en nuestros magazines les mostrarán en primer lugar un mundo concreto, es decir libre de a prioris. Pensamos, en efecto, que éste es el mejor servicio que podemos brindarles.

A este propósito se le suma otro: el de mostrar la verdadera vida de los otros franceses, aquéllos que no son ustedes, los que nos miran, o bien la verdadera vida de los pueblos que no son el francés.

Finalmente, la información que les ofrecemos ha de ser lo más completa posible. Ella procurará darles cuenta de la actualidad a través de un mayor número de reportajes. Cuando los hechos no sean lo suficientemente elocuentes, nuestro equipo buscará explicarlos mediante el análisis.

Por último, cuando un acontecimiento dé lugar a opiniones contradictorias, se las reproduciremos a fin de que ustedes puedan formarse su propio juicio."

Si el presentador moderno, como he tratado de mostrar en otro artículo, produce implícitamente en cada una de sus intervenciones, en cada uno de sus comentarios, una verdadera teoría de lo que es el real de la actualidad y de la manera en que hay que hablar de ella, es más raro encontrar, en el interior del noticiero, un discurso que explicita la ideología que acompaña la práctica de la "construcción del acontecimiento". (22)

Por supuesto que, como cada vez que nos enfrentamos a un contenido ideológico explícito, hay que ponerse bien a cubierto de la creencia de que la ideología refleja correctamente a la práctica. Si los propósitos de Jean - Marie Cavada son interesantes es porque son sintomáticos.

De inmediato se ve que enunciativamente el fragmento está organizado en torno de la pareja nosotros/ustedes, pareja que sirve para construir, en el habla, la relación entre enunciador y enunciatario. Pero es necesario tomar debida nota de la aparición, en la apertura del discurso que transcribimos, de una marca que, por ser huella de una de las reglas constitutivas del juego de la información, resulta extremadamente importante.

Hay un primer "nosotros" que reúne en una sola entidad al enunciador y al enunciatario, elementos que luego van a ser diferenciados. En efecto, no son únicamente los periodistas los que viven "en un mundo agitado" sino *todos nosotros*. Por consiguiente, esta primera frase contiene dos "nosotros" de valor muy diferente; uno que designa "nosotros, los hombres" (que vivimos en este mundo agitado) y otro que, restringiendo radicalmente su alcance, designa al enunciador en tanto que representante de una categoría, los periodistas de TF1: ...algunas palabras para decirles 1 que en el mundo agitado en que vivimos, o vamos 1 a aprovechar la confianza que nos 1 han 1 acordado ...

En la situación de enunciación dada, nosotros 1 (vamos, nos) / ustedes 1 (decirles, han acordado) marca la diferenciación entre enunciador y destinatario, y nosotros 0 (vivimos) subraya, *de entrada*, el hecho de que el enunciador puede producir una entidad que lo incluya, junto a sus destinatarios, en un colectivo más global. Podemos decir que el discurso informativo se caracteriza precisamente por la posibilidad de tener un "acceso fácil" al colectivo más amplio, a ese nosotros que, en la terminología de Benveniste es el "nosotros inclusivo". Cabe señalar que no todos los juegos de discurso gozan de esta posibilidad. Tal es el caso, notorio por otra parte, del discurso político que podría caracterizarse como aquél que presenta grandes dificultades para acceder al "nosotros" inclusivo.(23) Ahora bien, en el discurso de las informaciones televisivas, ese nosotros, o está sistemáticamente asociado al fantasma del "francés medio". He aquí la aparición explícita de este fantasma (lo que es raro) en una frase de Roger Gicquel en el noticiero de la noche del 10 de Diciembre de 1980:

“Todos nosotros estamos fichados. Ustedes y yo. El Francés medio está fichado...”

Este nosotros 0 es pues la huella, en el plano del habla, de un dispositivo mucho más amplio que hace posible la identificación del telespectador con la figura del presentador. Volveré luego sobre este punto.

Puesto que este fragmento tiene el estatuto de un meta–discurso (ideológico) sobre la información, encontramos lo esencial en su contenido. Este aborda los dos grandes aspectos del discurso informativo: el enunciado y la enunciación. Jean–Marie Cavada nos habla, en efecto, de una parte del real que el noticiero “nueva fórmula” nos va a mostrar, y por otra, de aquéllos que tienen a su cargo el mostrárnosla, los presentadores–enunciadores.

En lo que concierne al real de la actualidad, el fragmento responde a una ideología extremadamente clásica: ese real está siempre definido como un en–sí, como el real *tal como es*: es concreto, libre de a–prioris; en resumen: *es verdadero*, es la “verdadera vida”. Lo que puede ser objeto de discusión son las opiniones, no los hechos. En estos casos, lo real consiste en mostrarnos todas las posiciones en conflicto. Por último, la información que nos da cuenta de ese real se define como un servicio.

Es preciso indicar, en segundo término, que lo real nos es presentado esencialmente *por la imagen*: se nos va a mostrar ese real a través de un “mayor número de reportajes”. Cuando se produjo el ingreso de Jean–Marie Cavada a TF1 se habló de un noticiero televisivo “a la americana”, y es precisamente esta ideología la que parece surgir en sus propósitos.

En tercer término, consecuencia del privilegio otorgado a las imágenes, tenemos que el papel de la palabra se define como secundario, será algo así como el último recurso a emplear: en aquellas excepcionales ocasiones en las que los hechos “no sean lo suficientemente elocuentes” se interpretará, se buscarán explicaciones.

Es de mencionar el curioso desplazamiento que, en cuanto a su función, sufre el discurso verbal: que los periodistas hablen lo menos posible; que sean los hechos, es decir, las imágenes, las que se encarguen de tal acción. Salvo excepciones. Habría, de vez en cuando, imágenes mudas, hechos obstinados en su silencio que obligarían a los periodistas a tomar la palabra para hacer, casi a regañadientes, lo que un hecho digno de ese nombre debe realizar: explicarse, interpretarse por sí mismo. ¿Regreso de la ideología, retorno al “periodismo de reportaje” de los años cincuenta y sesenta? ¿El fin del periodista reflexivo, de aquél que examina e interpreta los acontecimientos, había llegado?

Con seguridad que no; y esto por dos razones. En primer lugar porque estas declaraciones no corresponden a un cambio en la construcción del noticiero: Jean Lefevre no habla menos que Roger Gicquel, y en las emisiones hay tanto análisis, comentarios e interpretaciones como antes.

En segundo lugar (y esto es lo más importante), porque en el fragmento transcrito hay un tercer término, término del que depende el conjunto y al que marca una cierta insistencia (aparece, en efecto, dos veces): se trata de la cuestión de la *confianza*.

...vamos a aprovechar la *confianza* que nos han acordado para profundizar nuestra respuesta (...) sea que se trate de nuevos miembros de nuestro equipo, de los que ya verán sus rostros y con los que se *familiarizarán*, o bien de aquéllos que han sabido captar su *confianza* hasta el presente...

La confianza aparece así como una suerte de condición previa sobre la que reposa el funcionamiento del discurso informativo. Luego del “nosotros” inclusivo, que al inicio del fragmento nos designa a todos, periodistas y telespectadores confundidos, el “nosotros” de los periodistas se aparta del “ustedes” de los espectadores para, mediante la confianza, religarse de nuevo e inmediatamente con aquél.

Familiaridad de un rostro. Confianza. Pero ¿de dónde viene éste tema? ¿Por qué será tan importante tener confianza en los presentadores del noticiero si los hechos “hablan por sí mismos” y lo que los periodistas tienen para decirnos no es más que un complemento destinado a suplir, llegado el caso, la “falta” de elocuencia de los hechos? En una precaria e inestable relación entre dos términos, el texto deviene síntoma.

Para observar de más cerca lo que Jean-Marie Cavada hizo en su discurso hay que ofrecer una cierta presentación de los tres órdenes fundamentales de la significación que, transpuestos al soporte audiovisual, intervienen en la construcción del noticiero televisivo.

Estos tres órdenes son precisamente lo que la semiótica de Ch. S. Peirce define: la palabra, es decir, el lenguaje (el símbolo en la terminología Peirciana); la imagen, es decir, el orden de la analogía (el ícono) y el contacto, es decir, la confianza (el índice). (24)

La ideología que contiene el texto de Cavada tiñe tanto la jerarquía que se establece entre los tres órdenes como el papel enunciativo que se le atribuye a cada uno de ellos. Mediante una verdadera identificación del significante con el referente, la función referencial, denotativa, se remite a las imágenes: son "los hechos en sí mismos". La palabra ocupa una posición metadiscursiva que se piensa como secundaria: los hechos se comentarán cuando las circunstancias lo exijan.

El soporte del conjunto, el fundamento mismo de la relación entre el enunciador y el enunciatario está a cargo del contacto que a través del eje de la mirada se instaura entre ellos: la confianza. Si el peso acordado a las imágenes reenvía a una vieja ideología acerca del discurso informativo, la importancia atribuida a la confianza muestra que, en la televisión, el periodismo de reportaje ya ha pasado y que Jean Marie Cavada habla en 1981.

La cuestión de la confianza concierne a la dimensión del contacto, es algo que tiene que ver con el cuerpo. Pone en juego lo que he designado en otro lugar *la capa metonímica de producción de sentido*, cuyo primer soporte es el cuerpo significante. (25) Metonímica porque los reenvíos significantes se realizan en base a relaciones de cercanía: parte/todo, delante/detrás, afuera/adentro, centro/periferia. Desde el punto de vista genético, esta capa es la más arcaica en la producción de sentido, es, pues, anterior a la emergencia del principio de analogía, gracias al que se va a construir el orden de lo imaginario: en la "fase del espejo" el niño reúne los fragmentos de su cuerpo en una *imagen*.(26). Por último, en el momento de emergencia del habla, el orden metonímico del cuerpo significante y el orden analógico de los íconos entran en juego con el principio de la arbitrariedad del lenguaje. He intentado mostrar que si en esta articulación de los tres órdenes el inconsciente encuentra su estructura, es el cuerpo el que constituye su *materia* significante. Si hablo de articulaciones es porque las relaciones entre estos tres órdenes son complejas, y su integración por parte del sujeto, imposible: no hay "código" para pasar del uno al otro(27). Ahora bien, la mirada es precisamente una bisagra entre el orden metonímico del cuerpo significante y el orden analógico de la imagen: *la mirada es a la vez un operador de formas y un operador de deslizamientos*, y para el sujeto plenamente constituido, soporte del orden simbólico, la imagen del cuerpo es, al mismo tiempo, un ícono investido por significaciones analógicas y una red de reenvíos metonímicos; un conjunto de relaciones que definen el contacto.

Este orden, el perteneciente al cuerpo significante, está hecho de acercamientos y alejamientos, de proximidades y distancias. En ausencia del lenguaje esta dimensión es la condición fundamental de todo intercambio: los que tienen perros o gatos lo saben. La confianza (o, por el contrario, el miedo, la fuga o el ataque) está constituido por reenvíos metonímicos que ponen a prueba la posibilidad del intercambio. En ausencia del lenguaje todos los intercambios son fundamentalmente encadenamientos complejos de relaciones de simetría y complementariedad que diseñan las "figuras" de la topología de los contactos(28). Es posible realizar una experiencia simple para hacer resurgir esta dimensión del trabajo del cuerpo significante que, en nuestros intercambios ordinarios, sólo excepcionalmente supera el umbral de la conciencia: tomar cualquier emisión televisiva donde se produzca un diálogo entre varias personas, un debate o una mesa redonda, y dejar desfilar las imágenes, deteniendo el sonido: sobre la pantalla sólo permanece el ballet de la figura metonímica del contacto. Si se observa la emisión en ralenti y con la ayuda de un magnetoscopio, aún más fuerte será el efecto.

Poner en movimiento esta dimensión del contacto le es esencial al gato para lograr su leche (29), pero es también esencial para construir el noticiero televisivo: es esto lo que nos dice Jean-Marie Cavada en su presentación. Es necesario subrayar que en el curso del proceso por el que la sociedad industrial se ha mediatizado, la aparición progresiva de los soportes tecnológicos ha permitido transferir los tres órdenes del sentido en el discurso informativo a escala de toda la sociedad, pero esta transferencia ha tenido lugar en el orden inverso al del que genéticamente ha recorrido el sujeto: la prensa produjo la mediatización de la letra; la imagen y la voz le han seguido. Y es sólo con

el advenimiento de la televisión que, verdaderamente, se puede hablar de la mediatización del cuerpo significativo en el dominio informativo. Una modalidad exitosa de esta mediatización ha sido, en Francia, obra de Roger Gicquel.

Para evaluar mejor el alcance de este trabajo sobre el cuerpo, trabajo que caracteriza la posición enunciativa de los presentadores actuales del noticiero televisivo, es preciso compararla con otra etapa que históricamente le precede pero que aún subsiste en un buen número de países; a esta modalidad la llamo la del *presentador-ventrílocuo*. (30) El cuerpo del presentador está allí, el eje 0-0 también, pero la dimensión del contacto se encuentra reducida a la mirada. La gestualidad está anulada, la postura del cuerpo es relativamente rígida (con suma frecuencia no se ven las manos del presentador), la expresión del rostro parece fijada en una suerte de "grado cero". La palabra está desprovista de todo operador de modalización: el texto dicho (o leído) es absolutamente descriptivo ("factual" como se dice). El espacio que rodea al presentador queda también reducido al mínimo. Así, el conductor es un soporte neutro, un punto de pasaje del discurso informativo que, en cierto modo, "habla por su boca".

Es evidente que en el caso del presentador ventrílocuo el verosímil de la información está fundado sobre lo que es dicho y lo que es mostrado: el cuerpo significativo no interviene aún en la producción del real de la actualidad.

En el caso del presentador moderno, el encuentro de las miradas se constituye en el eje que soporta la construcción del cuerpo mediatizado del enunciador. El orden metonímico se despliega entonces en un sistema gestual complejo. Los operadores de ese sistema son, por decirlo de algún modo, de doble filo: sí, por un lado, modalizan lo que es dicho verbalmente, construyen, por el otro, el lazo con el telespectador. La gestualidad de Roger Gicquel creaba una distancia respecto de lo que decía y por eso mismo establecía el contacto con el espectador. La distancia que respecto a sus propias palabras y, por lo tanto, respecto a las informaciones que daba (distancia que, al mismo tiempo, se veía reforzada por la aparición de numerosos operadores lingüísticos: "se dice que...", "no sé muy bien", "parece", etc.) profundizaba a través de sus gestos, le permitía construirse como lugar de identificación del espectador. Pues es esta distancia calculada la que engendra la confianza, es decir, la creencia. A esto se debe la "modernidad" de Roger Gicquel. Y es por esto que Jean Lefevre y los otros no han hecho otra cosa que seguir sus pasos.

Así, el texto de Jean-Marie Cavada nos habla de que en el noticiero televisivo actual tanto la referenciación, que las imágenes producen, como el comentario que las palabras construyen, se apoyan sobre una red metonímica: ahí se constituye un cuerpo y la mirada es la que nos los *brinda*.

LA PANTALLA EN LA PANTALLA

Esta distancia calculada tiene consecuencias en relación con el lugar que se me reserva a mí, el telespectador. Por esta distancia mi posición frente a la información es homóloga a la del presentador: en alguna medida, los dos somos destinatarios. Así como yo recibo las novedades que él me transmite, él las ha recibido. Su circunspección me habla del trabajo de interpretación que hay que hacer y de las precauciones que hay que tomar: la actualidad es, a menudo, compleja, no siempre uno sabe algo, en resumidas cuentas: es necesario prestar atención. Se ve que el contacto implica una invitación implícita *a hacer como él*, lo que, automáticamente, convierte a las posiciones (la suya, la mía) en comparables: el trata, como yo, de entender. Después de una presentación general del acontecimiento, anuncia la llegada de las imágenes y su mirada entonces se aleja de la mía: es que para él, tanto como para mí, las imágenes van a aparecer. Él ha captado mi mirada en la suya y el dispositivo está en funcionamiento para que yo termine por tomar su mirada por la mía, por tomarlo a él como a un otro yo: frente a la pantalla, lugar de manifestación de los hechos, presa de las mismas dificultades y de las mismas preocupaciones que la actualidad (grave) del mundo provoca. Todo está, en suma, listo para que la identificación se produzca. O casi todo. Pues el emplazamiento del presentador moderno es inseparable de otro aspecto: la "expansión" del espacio del estudio. Ya lo he dicho: en el modelo ventrílocuo, el espacio que rodea al presentador se halla reducido al mínimo; la imagen es *plana*. Así, por consiguiente, no hay espacio de transición entre la enunciación del presentador y lo real "exterior" que nos llega con las imágenes; cada vez que esto se produce hay un "salto" de una a lo otro. El trabajo sobre el cuerpo, por el contrario, viene acompañado por una ampliación del espacio: la imagen adquiere profundidad, el estudio encuentra una arquitectura, los movimientos de cámara se multiplican. La construcción del cuerpo significativo y la dilatación del espacio se articulan. Hay dos razones para que esto ocurra. Por una parte, si el cuerpo del presentador deviene significativo el espacio le otorga un volumen donde desplegarse; por otra, este espacio, en el que los paneles, las mesas, los ángulos se multiplican, está hecho para ser *habitado*: asistimos así a un fenómeno, que se ha convertido en banal, el de la multiplicación de los periodistas.

Estamos, en efecto, habituados a que ciertas figuras de la enunciación, "rúbricas" encarnadas, proliferen: especialistas en política interior, en gremiales, en política internacional, en economía, en ciencia y tecnología, en deportes, etc. La característica del presentador principal (que, por esa razón, se puede llamar el meta-enunciador) es la de "dominar" a los especialistas: introduce la totalidad de los acontecimientos importantes, toma a su cargo las transiciones, cierra la presentación de las informaciones con una reflexión final. Es el dador de la palabra.

Ahora bien, es este dispositivo el que permite completar el proceso de identificación. El hecho de que en esta panoplia de especialistas cada dominio de la actualidad encuentre una voz *autorizada* quiere decir que el presentador, porque es un meta-enunciador, *no es un especialista*. Es porque, respecto de cada acontecimiento importante, él va a formular a los especialistas las preguntas que cada uno de nosotros se hace, que se constituye como la figura que, por antonomasia, representa a la Doxa. *Es porque él es como yo*.

Se observa así cuán ilusorio sería analizar la enunciación en términos de "actos de lenguaje" aislados, es decir, sin tener en cuenta el tipo de discurso en el que ellos aparecen y el contexto discursivo: una de las propiedades fundamentales de la posición enunciativa del meta-enunciador del noticiero no es resultado de su propio discurso sino de la repercusión que sobre su enunciación tienen los actos enunciativos efectuados por otros enunciadore. Considerada en sí misma la palabra del meta-enunciador no es ni especializada ni no especializada: son las otras palabras, las especializadas, las que hacen a las del presentador principal no especializadas. No es el hecho de que éste último realice el acto de lenguaje "formular una pregunta" lo que lo marca como un no especialista: los periodistas especializados pueden también interrogar a un invitado, sin que esto afecte en nada su papel de especialistas.

En el marco que acabo de describir (y sólo en ese marco) la "repetición" de mi mirada puede cumplirse verdaderamente. Veamos cómo:

Plano 1: el meta-enunciador, que está solo en la pantalla y con la mirada dirigida hacia mí, me presenta los aspectos fundamentales de un acontecimiento.

Plano 2: llega el momento en que el meta-enunciador se dispone a formular la pregunta que el especialista deberá contestar: aparta entonces su mirada de mí y la dirige hacia aquél que permanece fuera de campo.

Plano 3: el especialista está solo en la pantalla; no me mira a mí sino al meta-enunciador, del que oímos la voz haciendo la pregunta o el comentario que "abrirá" el turno del especialista.

Plano 4: formulado el interrogante o terminado el comentario, el especialista *se vuelve hacia la cámara*: su mirada se desplaza del presentador principal hacia mí, y, mirándome, comienza a responder.

Este dispositivo es, podría decirse, el "modelo canónico" de la transición entre el meta-enunciador y el especialista: ha sido utilizado frecuentemente, sobre todo en TF1, y es empleado aún hasta la fecha. A él se debe que mi mirada, capturada por la del meta-enunciador, se ponga en movimiento en el interior del espacio del estudio: súbitamente, me encuentro en el lugar del meta-enunciador: *él ha formulado la pregunta que yo habría formulado y es a mí a quien el interrogado responde*. Sentado cómodamente en el sillón del presentador puedo tomar lo que la voz autorizada tiene para decirme sobre el acontecimiento. Puedo incluso mirar la realidad de frente, es decir, tal como ella se muestra sobre la pantalla. En este caso, en TF1 se trata de una realidad dramática, plena de suspenso y de actualidad. Pero no hay de qué inquietarse: estoy en el estudio y el estudio está alejado de lo real, es el lugar de la reflexión.

Este modelo canónico puede sufrir una serie de transformaciones. Desde hace ya bastante tiempo en Antene 2 aparece una modalidad diferente. (31) La mirada del telespectador es aquí capturada por el presentador, puesto que el noticiero se organiza alrededor del eje 0-0; la distancia del presentador respecto de las informaciones es producida también aquí por el trabajo del cuerpo. Pero, en un momento dado, el movimiento se detiene. Concretamente, el plano 4 es diferente: una vez que la pregunta del meta-enunciador se formula el especialista no se vuelve hacia mí; continúa mirando al meta-enunciador durante todo el desarrollo de su respuesta o de su

comentario. Esta modalidad tiene por efecto mantenerme a distancia: mi identificación con el meta-enunciador no se consuma. Los miro (a ellos, los periodistas) como a un espectáculo.

En el momento actual en el que la información televisiva atraviesa un período de cambios, el modo de articulación de las miradas en el interior del espacio del estudio es fluctuante, y el noticiero de Antenne 2 se ha aproximado, desde cierto punto de vista, a la modalidad que han presentado siempre los noticieros de TF1 y que he llamado "canónica". Por el contrario, otro aspecto del dispositivo destinado a construir el lugar que se le reserva al espectador no sólo se ha desarrollado tanto en TF1 como en Antenne 2 sino que también se ha ido consolidando: se trata de la aparición de una estructura en abismo: en TF1 detrás del presentador se distribuyen pantallas. Esto hace posible un nuevo tipo de transición por el que el propio cuerpo del presentador funciona como el relevo que nos hace pasar del estudio al real. A continuación presento una secuencia tipo que ha sido producida en muchas ocasiones por el noticiero de TF1, cuando Jean Claude Nancy era su presentador:

Plano 1: Situado en el eje 0-0, el meta-enunciador nos habla de un acontecimiento. Nos explica que está en conexión con otro periodista que no se encuentra en estudio sino en exteriores y que va a hacerle preguntas. Detrás de sí, el panel con las pequeñas pantallas en las que se puede ver al corresponsal aguardando el enlace.

Plano 2: Para dirigirse al periodista que aparece en las pantallas el presentador gira en su asiento y nos da parcialmente la espalda.

Plano 3: Es sólo entonces cuando, por agrandamientos progresivos de una de las pantallas, o de dos, lo real que estaba "allí" invade completamente la pantalla (la nuestra) y el presentador desaparece.

En este tipo de articulación se ve cómo el cuerpo del meta-enunciador se transforma en el pivote que nos permite un deslizamiento del estudio al real: este cuerpo hace un giro de 180 grados y lleva así a mi mirada hacia una pantalla que es el doble de la mía; su cuerpo ubicado frente a una pantalla de televisión es la imagen especular *invertida* de mi propio cuerpo.

En otras modalidades (Antenne 2 en su edición del mediodía), la red interna de las miradas es mucho más complicada: varios periodistas y varios invitados se hallan presentes alrededor de una mesa redonda: la posición del presentador principal se distingue de la de los otros participantes porque él tiene detrás de sí un aparato de televisión. Llamemos E1 a la pantalla de nuestro equipo y E2 a esa otra pantalla que aparece dentro de la nuestra y que se encuentra detrás del meta-enunciador, a esa imagen "de segundo grado". Toda una combinatoria se vuelve así posible:

E1: Plano próximo del presentador que mientras habla nos mira (eje 0-0).
E2: Plano de conjunto de los invitados que se hallan ubicados alrededor de la mesa.

E1: Plano próximo del presentador que mientras habla nos mira (eje 0-0).
E2: Primer plano del rostro de un invitado que escucha.

E1: Plano próximo del presentador (en este caso fuera del eje 0-0) mientras pregunta a uno de los especialistas que están en la mesa.
E2: Plano del periodista-destinatario mientras escucha al presentador.

E1: Plano próximo del presentador mientras escucha (fuera del eje 0-0).
E2: Plano de un invitado, o de un especialista que le habla.

E1: Plano próximo del presentador que, mirándonos (eje 0-0), prepara la transición a imágenes que corresponden a un determinado acontecimiento.
E2: aparición de tales imágenes.
E1: sucesión de las mismas.

E1: Plano próximo del presentador que mientras habla nos mira (eje 0-0).

E2: La misma imagen que en E1, que se multiplica, en abismo, hacia el infinito.

A través de estos ejemplos se llega a advertir la riqueza de la combinatoria que el dispositivo permite obtener, riqueza que se logra por el emplazamiento simultáneo de varios ejes. Si me ubico en el otro extremo del eje 0-0 estoy en posición de destinatario, estoy frente al meta-enunciador, pero veo a otros receptores que están fuera del eje, receptores que en un momento o en otro pueden convertirse en destinatarios (I y II). Si quedo fuera del eje 0-0 miro el intercambio que se instaura y que aparece descompuesto en dos imágenes (III y IV). Como en el ejemplo de articulación que habíamos observado en TF1, el presentador puede, en el caso V, entablar un diálogo con cualquiera que esté fuera del estudio, en cualquier parte de lo real, y que aparece en la imagen E2. Pero aquí el presentador no se vuelve para mirar el aparato que nosotros vemos detrás de él, mira otra pantalla, una pantalla ubicada delante de sí. En esta modalidad el cuerpo del meta-enunciador se encuentra en el centro de un eje cuyos extremos son dos pantallas: la que yo miro "en segundo grado" y que veo detrás de él, y la que él mira, la cual muestra las mismas imágenes que la anteriormente indicada, y *que se encuentra aproximadamente donde estoy delante* del presentador, pues en este caso el centro del eje no es otro que la pantalla de mi aparato, donde veo, "en primer grado", al presentador. Este eje se desvanece cuando las imágenes vienen a situarse en su centro, es decir cuando ellas invaden E1 y, por decirlo así, expulsan al cuerpo-relevo del presentador para volver luego al estudio. Se puede advertir hasta qué punto el espacio de éste, con el cuerpo significativo del meta-enunciador operado como pivote, se ha convertido en el soporte fundamental del discurso: la red de líneas de fuerza trazadas por los recorridos de las miradas, lo real, lo fragmentado, cortado en rodajas, viene a ocupar determinados puntos de esos ejes. Este parcelamiento sólo se recompone en y por el cuerpo del meta-enunciador que constituye el eje en el otro extremo de aquél en que yo me constituyo como telespectador.

El elemento común a estas diferentes modalidades de puesta en abismo, se ve, es que el dispositivo de enunciación del noticiero televisivo logra *poner ese cuerpo enunciativo que nos dice las informaciones en una relación con lo real, relación homóloga a la que mi cuerpo mantiene con el soporte de ese discurso* : en todas sus variantes, el dispositivo nos dice lo mismo: lo real, para el presentador, es idéntico a lo que es para mí, para nosotros: una pantalla de televisión.

Extraordinario logro que, al mismo tiempo, muestra en qué consiste el trabajo de producción de lo real de los medios informativos: el peso de verdad de las imágenes se mide por su capacidad para exhibir las propiedades de su soporte: cuanto más es la imagen una imagen televisiva más creíble se torna. ¿Cuáles son las imágenes más reales, las más libres de "a priori" del aterrizaje de una nave espacial? Seguramente las que han sido captadas por las numerosas cámaras que la propia nave llevaba sobre las "espaldas", bajo las "alas", un poco por todas partes.

Todos nosotros somos cuerpos. La realidad tiene cada vez más el aspecto de la pequeña pantalla televisiva.

Notas

1 Sobre la noción de distancias interdiscursivas ver mi libro "A producao de sentido". Sao Pablo, Editora Cultrix, 1981.

2 En relación con este tema ver mi libro "Construir el acontecimiento. Los medios y el accidente de T.M.I." París, Ed. Minuit, 1981 (hay traducción castellana).

3 El análisis de las informaciones televisivas en Brasil fue realizado en oct. de 1980 en depto. de Comunic. de la Pontificia Universidad Católica de Río de Janeiro. Reciban aquí mi agradecimiento mis colegas y amigos, el Dr. Candido Mendes (presidente de Conjunto Candido Mendes, quien hizo posible mi viaje), Miguel Pereira (director del depto. de Com.) y Roberto Amard (en ese entonces presidente de la Asoc. brasileña de Enseñanza e investigación en Comunicación). Aunque en el marco de este artículo no se tratarán directamente esos materiales la tarea llevada a cabo en el Brasil me ha permitido investigar mejor el noticiero televisivo francés.

Un importante proyecto de investigación sobre el noticiero, a nivel internacional y con la participación de muchos países, se realiza actualmente bajo la coordinación Gral. de José Vidal Beneyto (Univ. complutense de Madrid).

4 Un primer estudio sobre la evolución histórica de los informativos televisivos en Francia ha sido llevada a cabo por Hervé Brusini y Francis James, "Informaciones y política: el periodismo televisivo en Francia", tesis del 3º ciclo en la Univ. de París. El trabajo se acompañaba con un montaje video "Información televisiva: historia de un cambio".

5 Cf. "A producao de sentido", op. cit.

6 Entre las publicaciones recientes, ver F. Recanati, "La transparencia y la enunciación. Introd. a la pragmática", París, Ed. du Seuil, 1979 (hay trad. en castellano), O. Ducrot, "Análisis de textos y ling. de la enunciación", en "Las palabras del discurso", París, Ed. Minuit, 1980, y los números de Communications ("Los actos de discurso", N° 32, 1980) y de Langages ("La pragmática", N° 42, Mayo, 1979).

7 Un sólo ejemplo, típico: Alfred G. Smith, "Communication and Culture", N. York, Holt, Rinehart y Winston, 1966. Esta antología, que reúne unos cincuenta textos norteamericanos clásicos, está organizada en cuatro secciones: "Teoría de la com. humana", "Sintáctica", "Semántica" y "Pragmática".

8 Varias obras de la Escuela de Palo Alto existen ya en francés. Ver sobre todo la obra de G. Bateson, "Hacia una ecología de la mente", 2 vol. París, Ed. du Seuil, 1977 y 1980, P. Watzlawick y H. Beavin y D. D. Jackson, Ed. du Seuil, 1972, y también P. Watzlawick y J. Weakland (eds.), sobre la interacción, Palo Alto 1965-1974, París, Ed. Du Seuil 1981.

- 9 Los textos de (o sobre) Kinésica y proxémica norteamericana son raros en francés. Fueron presentados hace un tiempo por J. Kristeva y P. Fabbri en un número de *Langages* (Nº 10, jun. 1968). Ver en "La nueva comunicación", París, Ed. du Seuil, 1981, la presentación de I. Winkin, los textos de Birdwhistell y de Hall y la abundante bibliografía.
- 10 Ver las fuentes citadas en la nota 6 y también por supuesto, a Austin, Ed. du Seuil, 1970 y a Searle, "Los actos de lenguaje", París, Hermann, 1972.
- 11 F. Recanati, Presentación en "Los actos de discurso", Com., Nº 32, 1980, pág. 9.
- 12 H. Brusini y F. James, op. cit.
- 13 No se me acusará de sexismo, espero, por hablar a todo lo largo de este art. del presentador del noticiero en masculino. En el nivel en que me sitúo aquí, mi descripción me parece válida, sea el presentador hombre o mujer. Por otra parte el vedetismo en las informaciones televisivas se ha producido, en principio, en relación con las figuras masculinas. En las dos grandes cadenas el que una mujer ocupe el lugar de presentador principal es un fenómeno relativamente reciente.
- 14 Sylvie Blum no se enojará ya que lo confieso: he tomado el título de un artículo en el que ella abordaba el tema: Sylvie Blum, "Los ojos en los ojos", *Le Monde diplomatique*, mayo, 1981, pág. 19.
- 15 Habría que decir: de un discurso audiovisual en imágenes animadas de tipo corriente. Pues la pantalla telemática y el video-texto nos sitúan ante problemas semióticos enteramente nuevos.
- 16 El dispositivo, llamado "prompteur" (de Prompt, e: pronto, pronta, rápido, rápida) permite el desfile progresivo del texto que el presentador tiene que leer sin que éste dé, sin embargo, la impresión de no mirar de "frente" al objetivo de la cámara.
- 17 Por el momento sólo hablo del presentador principal. Las relaciones entre ese presentador y los otros periodistas serán consideradas más tarde.
- 18 Para este propósito ver el análisis de J. P. Simon, "Le filmique et le dynamique", París, Albatros, 1979, cap. 2 "Sobre el sujeto de la enunciación cinematográfica", pág. 95 y sgtes.
- 19 Ejemplo simple, se ve, de una diferencia que señala la frontera entre dos juegos de lenguaje (el discurso político y el informativo) tal como ellos se dan en el audiovisual. Llamo aquí "discurso de la información" a ese discurso de los medios que construye el objeto "actualidad". La diferencia es analizada en un trabajo en preparación que trata de las estrategias discursivas en el curso de la reciente campaña presidencial. Agregó que los medios (en este caso la televisión) no son un juego de lenguaje sino un lugar donde se juegan una multiplicidad de juegos diferentes.
- 20 "El lenguaje es, por naturaleza, ficcional; para tratar de volverlo no ficcional, se necesita un enorme dispositivo de ajustes "Roland Barthes", "La chambre claire", *Cahiers du Cinema/Gallimard/Seuil*, pág. 134.
- 21 Es preciso agregar que este valor de "realización" no es una propiedad natural o intrínseca del eje 0-0: resulta de la evolución histórica del discurso audiovisual, y del hecho de que el eje ha sido privilegiado por el discurso informativo. Una vez que es instituido de tal modo (lo que es un hecho histórico) produce efectos en otros lugares (en el disc. político, por ej.).
- 22 En relación con este tema ver el análisis de un texto de R. Gicquel en "Construir el acontecimiento", op. cit.
- 23 Sobre la distinción existente entre el "nosotros" inclusivo y el "nosotros" exclusivo ver E. Benveniste, "Problemas de ling. gral.", París, Gallimard, 1966, en particular el cap. 18.
- 24 Sobre la distinción "ícono, índice, símbolo" ver los textos de Peirce traducidos en Francés, Ed. Du Seuil 1978 y también el Nº 58 de *Langages* consagrado a Peirce, junio 1980.
- 25 Ver mi artículo "cuerpo significante" en "Sexualidad y poder", París, P. Payot, 1978 (hay trad. castellana).
- 26 J. Lacan, "El estadio del espejo como formador de la función del yo (je)", en "Ecrits", París, Ed. Du Seuil, 1966.
- 27 "Cuerpo significante", op. cit.
- 28 Los conceptos de "simetría" y "complementaridad" han sido ampliamente elaborados por G. Bateson, cf. "Hacia una ecología de la mente", op. cit.
- 29 G. Bateson y D. D. Jackson, "Some varieties of pathogenic Organization in Disorders of communication", Vol. 42 (1964).
- 30 Esta expresión ha tomado forma en el curso de las discusiones mantenidas con mis amigos de Río.
- 31 En relación con este tema ver "Construir el acontecimiento". op. cit.