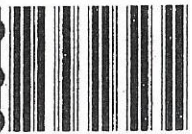


■ No es común que en un texto sobre los lenguajes mediáticos se intente definir lo específico de un lenguaje o del dispositivo que lo soporta. Afortunadamente esto es lo que ocurre en este trabajo de José Luis Fernández, resultado de un vasto recorrido de investigación que le ha permitido superar tanto las generalizaciones sobre el medio radiofónico como las habituales conjeturas acerca de sus efectos sociales. Y que se plantea, ya en el terreno estratégico, como un eslabón necesario en el diseño de futuras secuencias de investigación acerca de la vida y efectos de los discursos radiofónicos en nuestra contemporaneidad.

(Del prólogo de Oscar Steimberg  
y Oscar Traversa)

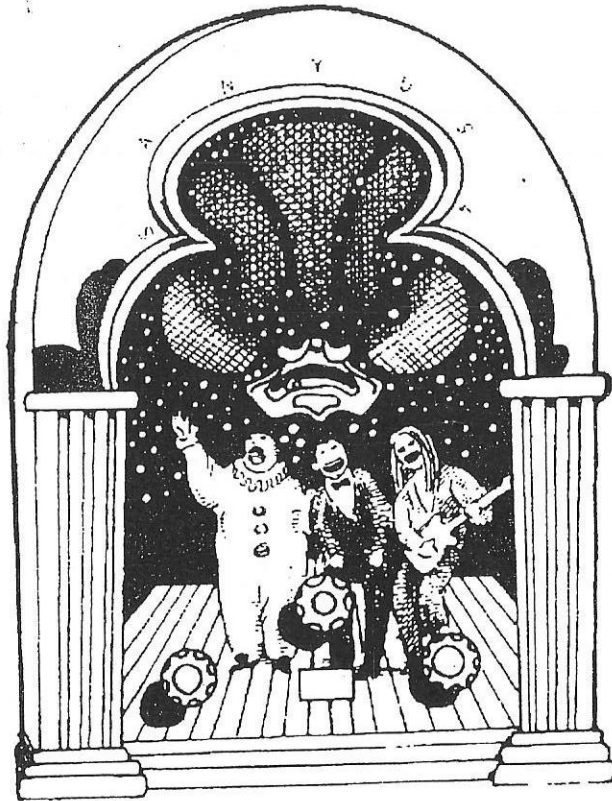


En la COLECCION DEL CIRCULO se incluyen textos originados en investigaciones presentadas en el CIRCULO BUENOS AIRES PARA EL ESTUDIO DE LOS LENGUAJES CONTEMPORANEOS, entidad destinada a la discusión y difusión de enfoques actuales de la problemática de la comunicación y los medios, así como de sus géneros y estilos y de las cuestiones relacionadas con su abordaje analítico y crítico.

LOS LENGUAJES DE LA RADIO • José Luis Fernández

ATUEL

# LOS LENGUAJES DE LA RADIO



316.77:659.3  
F363

U.N.S.L.  
Biblioteca A.E.A.



COLECCION  
DEL  
CIRCULO

ATUEL



El recorrido que se propone aquí consiste, en primer lugar, en la descripción de las posibilidades y restricciones discursivas que aportan los dispositivos técnicos radiofónicos al conjunto de la trama discursiva social. En segundo lugar, se intentará enfocar las modalidades mediante las cuales esos dispositivos técnicos se encarnan en los textos radiofónicos inscribiendo —como siempre ocurre, aunque no sea en la superficie— lugares de la institución emisora y de sus oyentes virtuales. Posteriormente, se tratará de vincular esos resultados con conjuntos de textos “efectivamente existentes”. Por último, se relacionarán esos análisis con problemas de investigación de efectos en el público.

## II

### ■ La entrada mediática



## 1. Reflexiones acerca del dispositivo técnico

**E**n las teorías acerca de la comunicación, el tema del dispositivo mediático suele ocupar un lugar oscilante: o es la preocupación central o se lo considera como “dato”, sin que pueda procesarse su situación con respecto a lo institucional o a lo discursivo. Sin embargo, en múltiples aproximaciones pueden encontrarse sugerencias interesantes y formulaciones reveladoras.

Tal vez el primero que formuló una diferenciación rigurosa entre dispositivos técnicos y los lenguajes que pueden soportar, referida a los medios electrónicos, haya sido Umberto Eco. Procurando diferenciar el “lenguaje televisivo” del “cinematográfico”, propone distinguir ciertas características técnicas de la televisión (la toma directa) con su tratamiento en el propio medio. A partir de ello puede evaluar el pasaje al lenguaje cinematográfico de cierto “efecto” de toma directa, a pesar de que este medio excluye técnicamente esa posibilidad<sup>1</sup>. Se produce de esta manera una necesaria discriminación entre las restricciones o posibilidades que otorga la utilización de un dispositivo técnico y su reconocimiento y despliegue desde una perspectiva estilística.

Cuando Benjamin describía sin escándalo las consecuen-

1 Eco, U. ver: “Apuntes sobre la televisión” En: 1985. p.335 y sgts.



cias que las posibilidades de repetición del dispositivo técnico fotográfico (y su derivación cinematográfica) aportan a la percepción de las imágenes en la sociedad, o las influencias que habría ejercido la existencia de la imprenta en el pasaje del relato popular a la novela, comenzaba el camino para establecer interrelaciones entre el campo discursivo y el técnico<sup>2</sup>.

También McLuhan se inscribe en esa línea cuando postula la existencia de vinculaciones entre el desarrollo de la imprenta y el modo de construcción de imágenes, con el impulso del pensamiento racionalista, en el post-Renacimiento<sup>3</sup>. Es por esto que sus trabajos deben ser leídos con interés más allá de su componente de exageración y provocación.

Eliseo Verón, por su parte, ha hecho distintas aproximaciones a este tema. En un momento de su trabajo en que trataba de definir el concepto de "materia significante", sus descripciones de los modos de organización "presemiológica de lo perceptual" de las materias, no eludían el componente de constitución de sujetos en interacción a que cada una de ellas habilita y los modos de construcción del mundo social que posibilitan o inhiben<sup>4</sup>. De ese modo daba un paso importante hacia una visión formalizada y abarcadora del conjunto de la "materia de la expresión" discursiva<sup>5</sup>. Pero, en esas definiciones, no tenía en cuenta la problemática de las consecuencias discursivas de los distintos dispositivos técnicos mediáticos. Dado los objetivos del artículo, no tenía por

2 Benjamin, W. respectivamente en 1967 en su totalidad y en 1986, p.189 y sgts.

3 Mc Luhan, M. 1985(b).

4 Ver la noción de "reglas constitutivas de la materia significante", en: Verón, E. 1974. p.13 y sgtes.

5 Se utiliza aquí el concepto hjemsleviano "materia de la expresión", como lo hacía Ch. Metz, cuando ordenaba sus primeras indagaciones sobre el lenguaje cinematográfico. Ver: *Lenguajes*. 2, p.38 y sgts. El concepto que anda rondando por aquí es el de semia, acuñado por E. Buysens (ver III y IV de su libro).

qué hacerlo, pero sirve el caso para advertir que la consideración del componente técnico en los discursos no se introduce "naturalmente". En cambio, su posterior concepto de "pulso de información" está ligado al aprovechamiento que hace un medio de sus posibilidades técnicas<sup>6</sup>.

En un momento más reciente, Verón bosquejó una clasificación de lo que denomina los "principales medios" (prensa, cine y televisión), adecuándolos a la tipología signica de Peirce (índice, ícono, símbolo) que -más allá de lo problemático que resulta determinar la "principalidad" de un medio por sobre otro— resultan fecundos en términos del análisis de lo que el conjunto de la producción de textos sociales vehiculizada a través de un medio, aporta a la configuración discursiva de la sociedad<sup>7</sup>.

Es en la obra de Metz donde, tal vez, se encuentre la vía de síntesis más aproximada a la consideración de este conjunto de problemas. Apoyándose en la relativamente larga tradición de estudios sobre el cine, su definición del "gran régimen del significante cinematográfico" aparece como la resultante de la articulación de un **dispositivo técnico** (el cinematógrafo), una **práctica social** (conjunción, a su vez, de una disposición arquitectónica de la sala como lugar de espectación y una manera de organizar la socialidad para "ir al cine") y un **tipo de textos** (los films de ficción, que aparecen yuxtapuestos con cortos publicitarios y noticieros)<sup>8</sup>.

Pero esta formulación parece difícilmente generalizable para otros medios y, como muestra Metz, aún dentro mismo del dispositivo cinematográfico. Un "film científico", por ejemplo, puede ser visto tanto en la oscuridad absoluta de una sala cinematográfica como en la semipenumbra de una salón de conferencias, donde resulte posible tomar apuntes.

6 Verón, E. 1987 (b)

7 Verón, E. 1986. p.45

8 Metz, Ch. 1979. p.40 y sgtes.



También el "mismo texto radiofónico" puede ser recibido a través de la fidelidad de un gran equipo de audio, en la tranquilidad del living o en el bullicio de una oficina por un sistema equivalente al de la música funcional, o dentro del aislamiento relativo, pero con fuerte componente de interacción social, que permite la radio instalada en el auto.

Del conjunto de estas aproximaciones puede extraerse una reafirmación acerca de la necesidad de articulación entre las perspectivas discursiva y técnica. Pero también aparece como evidente la dificultad para ejercer esa actitud. Resulta muy difícil establecer, desde este conjunto de observaciones, un estatuto común que permita fundar una reflexión sobre el discurso mediático en general. Sin embargo, y como vimos, dejar de lado esa posibilidad no es un gesto gratuito. Habrá que intentar, por lo tanto, un nuevo esfuerzo.

## 2. El dispositivo radiofónico

Si se trata de evaluar los aportes de los distintos dispositivos técnicos a la construcción discursiva, se debe proceder cuidadosamente. En el caso específico de la radio, la mayor parte de los estudios globales otorga una particular importancia a la tecnología de dominio de las ondas hertzianas<sup>9</sup>. Ese soporte está ligado sin duda al desarrollo histórico, tanto de la radiofonía como al de la telefonía inalámbrica. Pero lo que es importante en el plano histórico, no lo es necesariamente en el plano discursivo: desde hace algunos años se han desarrollado las radios por cable, que no utilizan las ondas hertzianas, y de ello no puede deducirse que "algo" haya cambiado en los textos radiofónicos que se emiten con esa tecnología.

Para llevar a cabo nuestras primeras aproximaciones,

habría que definir a la "materia de la expresión", que circunscribe la facultad discursiva de un medio, como **el conjunto de las restricciones y posibilidades discursivas que establecen los dispositivos técnicos utilizados para la comunicación** (entre ellas, la capacidad de albergar ciertas materias significantes, en sentido veroniano, y no otras).

Desde allí, puede proponerse una definición de medio que -sin pretensiones de novedad- sea útil para el desarrollo de esta etapa del trabajo. Denominaremos medio, entonces, a **todo dispositivo técnico o conjunto de ellos que -con sus prácticas sociales vinculadas- permiten la relación discursiva entre individuos y/o sectores sociales, más allá del contacto "cara a cara"** (entendiendo a este último como coincidencia espacio-temporal y posibilidad de contacto perceptivo pleno entre los individuos y/o sectores vinculados).

A su vez, **el lugar de todo dispositivo técnico mediático en el universo de lo discursivo**, puede definirse como **el campo de variaciones que posibilita en todas las dimensiones de la interacción comunicacional** (variaciones de tiempo, de espacio, de presencias del cuerpo, de prácticas sociales conexas de emisión y recepción, etc.), que "modalizan" el intercambio discursivo cuando este no se realiza "cara a cara"<sup>10</sup>.

De estas definiciones deben rescatarse especialmente dos aspectos: el **relacional**, desde el que se permite vincular de diferentes modos a emisores y receptores, y el que tiene que ver con la construcción de dimensiones de **tiempo y espacio sociales**, diferentes según el medio utilizado.

Conviene observar, también, que lo que interesa desde una perspectiva de análisis de la semiosis radiofónica no son

<sup>10</sup> Algunas precisiones sobre el concepto de "modalización", más adelante.



las características específicamente técnicas de los dispositivos utilizados (tarea que es, desde ya, importante pero propia de ingenieros o tecnólogos) sino **la descripción de las consecuencias** que la utilización de esos dispositivos aporta al campo específicamente discursivo.

Puede afirmarse que el texto más interesante para analizar el medio radiofónico sigue siendo la **Estética radiofónica** de Rudolf Arnheim. Allí, desde el intertexto teórico y estético de los años '30, se encuentra una precisa fenomenología de la radio. Con su guía, y utilizando también los aportes de otros autores y otros puntos de vista, en los siguientes párrafos se describen las características de ciertas dimensiones que pueden definir las restricciones y posibilidades que aporta al campo discursivo el medio radiofónico. Tal vez desde ese punto podamos enriquecer las perspectivas mcluhianas, acerca del "espacio acústico de la radio".

HASTA AQUÍ

## 2. 1. El retorno del cuerpo

Una de las claves tecnológicas que definen a los llamados "medios electrónicos" consiste en su posibilidad de convertir sonidos en señales eléctricas transportables y/o conservables. Esa característica, que comparten el teléfono, el fonógrafo, la radio y las distintas combinaciones que entre ellos pueden darse, abrió la posibilidad de introducir, en el universo de los vínculos comunicacionales mediatizados, la presencia de la voz. Sus consecuencias son amplias y se dan en distintos planos.

Hasta ese momento toda mediatización excluía la presencia del cuerpo del emisor<sup>11</sup>. En forma absoluta, como en los mensajes contruidos por la imprenta, o en forma relati-

11 El perfeccionamiento de la tecnología radiofónica va desde mediados del siglo XIX hasta las dos primeras décadas del XX.

va como en la escritura manual, el grabado o las artes plásticas en general, en las que esa presencia se daba en forma indicial, a través de la "personalización" producida a través del trazo del lápiz, el pincel o el buril.

Como señala Zumthor con respecto a la poesía oral, aparece en el campo de la mediatización la posibilidad de una "erotización" más directa del campo discursivo mediatizado<sup>12</sup>. En efecto, la voz es **cuerpo** del emisor. Fragmentado, pero plenamente corporal como componente de individualización absoluta.

Esa corporización de los textos es complementaria del estatuto perceptivo de la **audición** que resulta claramente diferenciado del resto de los sentidos. El oído es el único órgano perceptivo plenamente desarrollado, y con experiencia de percepción, con que cuenta el ser humano al nacer. Esto hace presuponer que el recién nacido tiene incorporada, en el momento del parto, al menos una tópica de las relaciones familiares, en la medida en que puede diferenciar la voz de la madre de las del resto de los que comparten espacios cotidianos y, entre estas, voces diferentes entre sí y que mantienen distintas distancias con respecto al conjunto madre-niño<sup>13</sup>.

Esas observaciones han llevado a comprender los distintos lugares que ocupan, en la constitución del sujeto y su estructura perceptiva, las denominadas **pulsión escópica** y **pulsión invocante**. La primera, propia de la búsqueda de recepción de imágenes, construye la vinculación con la percepción en el afuera del cuerpo del sujeto (toda imagen es, por definición, "externa" para el percibiente, salvo en los sueños y las fantasías, o sea en situaciones "no comunicacionales")<sup>14</sup>.

12 Zumthor, P. p.193 y sgts.

13 Dolto, F. p.256.

14 Acerca de las relaciones entre pulsión escópica e invocante, Metz, Ch. "El significante imaginario" En: 1979. p. 58 y sgte.







situados, a “paquetes de materia significantes investidos de sentido”, en términos veronianos. Por este motivo, indica Fernández, la noción de dispositivo es particularmente útil, apropiada para el estudio de textos mediáticos por constituir el “espacio del contacto inicial”. En ese camino ascendente que implica la investigación, de un nivel micro, hacia un nivel macro – o del producto al proceso, tal como señalaba Verón- encontramos al principio del camino el *dispositivo técnico*, al final el *estilo*. Fernández construye una serie de categorías que asciende en nivel de amplitud desde la noción de dispositivo técnico, medio, lenguajes, géneros y estilos.

Recordar que, cuando nos enfrentamos al análisis del/los texto/s elegidos (productos) el primer paso es describirlos. En este punto resultan operativas las nociones de dispositivo y de medio de comunicación.



Ahora trataremos de desarrollar de un modo breve y sencillo, pero completo, algunas de estas nociones. Primero trabajaremos con un breve desglose realizado también por Fernández, luego iremos completando ese primer acercamiento con desarrollos más completos y profundos de diferentes autores.

### EL ENFOQUE SOCIOSEMIÓTICO - Definiciones operativas – J. L. Fernández

Dispositivos técnicos en los medios: herramienta tecnológica que posibilita variaciones en diversas dimensiones de la interacción comunicacional (variaciones de tiempo, de espacio,



de presencias del cuerpo, de prácticas sociales conexas de emisión y recepción, etc.), que 'modalizan' el intercambio discursivo cuando este no se realiza 'cara a cara'

- *Medio*: dispositivo técnico o conjunto de ellos que --con sus prácticas sociales vinculadas-- permiten la relación discursiva entre individuos y/o sectores sociales, más allá del contacto 'cara a cara' (entendiendo a este último como coincidencia espacio-temporal y posibilidad de contacto perceptivo pleno entre los individuos y/o sectores vinculados)
- *Prácticas sociales*: hábitos de acción social; se tienen en cuenta especialmente aquellas vinculadas a los medios (espectar, informarse, interactuar discursivamente, etc.).
- *Transposición*: Pasajes de textos, partes o conjuntos de ellos, entre dispositivos técnicos; que los textos sean literarios o dramáticos es una parte, aunque específica, del fenómeno.
- *Géneros*: Instituciones sociales clasificadoras de textos, ordenadores de su circulación y de sus vínculos sociológicos
- *Estilos discursivos*: Clasificaciones sociales para diferenciar, jerarquizar y *evaluar* conjuntos de textos

### Precisiones sobre la noción de D.T. desde la Semiótica – J. L. Fernández

- Todo sistema de intercambio discursivo puede ser clasificado como mediatizado o como cara a cara.
- El dispositivo técnico productor de sentido no es ni el papel, ni el parlante, ni la pantalla, ni el teclado, ni el sintonizador, ni el teléfono, ni la butaca (que son soportes), sino las **condiciones de pasaje discursivo y juegos espacio-temporales que permiten**. Sin embargo, esos soportes tecnológicos son materialmente indispensables.
- Los dispositivos técnicos no son la modernidad: conocemos culturas "muertas" mediante la arqueología porque mediatizaron parte de su cultura. Ciertos dispositivos son propios de ésta época, otros vienen de períodos previos a veces muy lejanos. Las pinturas rupestres muestran mediatización cultural, no presuponen oralidad cara a cara.
- Los dispositivos técnicos no generan distancias o malentendidos: en los intercambios cara a cara se producen estructuralmente malentendidos y en muy pocas situaciones utilizamos todas las posibilidades de contacto corporal que posibilita el cara a cara.
- La regulación de los intercambios es siempre sociocultural: pero los diferentes dispositivos técnicos dejan pasar o no, más o menos acentuadamente, las propiedades de la naturaleza, sus tiempos y sus espacios, y de los cuerpos con sus características individuales.

### ESQUEMA PARA EL ANÁLISIS DE LA MEDIATIZACIÓN - Eliseo Verón

Artículo publicado en Revista Diálogos de la Comunicación - Edición N.48

Octubre 1997

#### I. LA COMUNICACIÓN MEDIÁTICA

Especificidad de la noción.

En un libro reciente en el cual propone nada menos que una nueva disciplina, la «mediología», Debray define el aspecto 'medio' de la mediología como «el conjunto, técnica y socialmente determinado de instrumentos [moyens] de transmisión de circulación simbólicas. Conjunto que excede la esfera de los medios contemporáneos [medias contemporains], impresos y electrónicos».



entendidos como instrumentos de difusión masiva (prensa, radio, televisión, cine, publicidad, etc.)» Y agrega: «Una mesa de comedor, un sistema de educación, un café, un banco de iglesia, una sala de biblioteca, un tintero, una máquina de escribir, un circuito integrado, un cabaret, un parlamento no están hechos para «difundir información». No son «medios» pero entran en el campo de la mediología en tanto lugares y en juegos de difusión, vectores de sensibilidades y matrices de sociabilidades» (Debray, 1991, pág. 15). Esta caracterización implica, como puede verse, que un medio es cualquier cosa que significa, y que, en consecuencia, la «mediología» es una ciencia que se ocupa de todo lo que produce sentido, o sea de todo. Como la problemática del signo pasó de moda, y la cuestión de los medios está de moda, la «mediología» de Régis Debray busca ocupar el lugar vacante de la vieja semiología en su rol totalizador de imperialismo disciplinario.

Me cuidaré muy bien de proponer (o anunciar) el nacimiento de una nueva disciplina. El problema no es reclutar profesores, sino comprender uno de los fenómenos centrales de nuestras sociedades (plural inclusivo que abarcará muy pronto a todas las sociedades del planeta).

Para que la noción de medio de comunicación posea una especificidad históricamente interesante, evitándole una pertinencia tan amplia que termine incluyendo todos los avatares simbólicos de la humanidad, conviene asociarla al principio de la producción tecnológica de mensajes, sean cuales fueren las materias significantes que intervienen en ellos. El calificativo 'tecnológica' permite incluir los procesos de reproducción mecánica (como la imprenta) y también los procesos electrónicos propios de las nuevas tecnologías de comunicación. El concepto 'mensaje' nos permite designar productos que forman parte de un sistema primario de significación (es decir que su existencia se agota en la producción de sentido), como decía Lévi-Strauss cuando distinguía los sistemas de significación «primarios» como el lenguaje, de los sistemas «secundarios» como las estructuras de parentesco (Lévi-Strauss, 1958). Esto nos permite desembarazarnos de la mesa del comedor y del banco de iglesias de Debray, que sirven ante todo para comer y para sentarse, respectivamente.

Si 'mensaje' designa un objeto, un producto, perteneciente a un sistema primario de significación (esto es, que su existencia se agota en la función de estar investido de sentido) la noción no supone ninguna hipótesis sobre la naturaleza del sentido del que el mensaje es soporte, ni sobre las modalidades de acceso a dicho sentido. En este contexto y por el momento, 'mensaje' no es más que ese objeto empírico que sabemos portador de significaciones (una página impresa en una lengua natural, un CD Rom, un programa de radio o de televisión, la pantalla de una computadora...) El criterio, así entendido, de la especificidad, es necesario pero no suficiente. La especificidad circunscribe dispositivos tecnológicos de producción-reproducción de mensajes, pero la comunicación mediatizada es, desde mi punto de vista, algo más que eso.

Aquí interviene bajo una primera forma, el estatuto sociológico que quiero darle a la noción. Un medio de comunicación social es un dispositivo tecnológico de producción-reproducción de mensajes asociado a determinadas condiciones de producción y a determinadas modalidades (o prácticas) de recepción de dichos mensajes. Esta caracterización instala, por decirlo así, el dispositivo tecnológico en el contexto de los usos sociales, y permite al mismo tiempo dibujar el campo de la historia social de las tecnologías de comunicación, que es entonces una historia de los medios.



'Tecnología de comunicación' y 'medio de comunicación' son pues expresiones que designan cosas diferentes. En la literatura sobre estos temas frecuentemente se las confunde. Un medio comporta la articulación de una tecnología de comunicación a modalidades específicas de utilización (en producción y en recepción).

La distinción tiene importancia por dos razones. Por un lado, porque no hay determinismo tecnológico respecto de los usos sociales. Una nueva tecnología de comunicación no determina, lineal y mecánicamente, prácticas sociales específicas de producción y de consumo, aunque el discurso tecnocrático que acompaña la difusión de nuevos dispositivos pueda estar tentado de alimentar esa ilusión. La historia social de las tecnologías de comunicación muestra que la instalación de éstas en la sociedad nos ha reservado importantes sorpresas.

Por otro lado, y en consecuencia, un mismo dispositivo tecnológico puede insertarse en contextos de utilización múltiples y diversificados.

Es el caso por ejemplo de la tecnología que podemos describir genéricamente como 'video' y que puede incluir registro de imágenes y sonidos sobre soporte magnético. Esta tecnología interviene en el medio de comunicación que llamamos «la televisión»; en las prácticas de video «amateur» que se inscribe en el marco de las estrategias individuales de construcción de la memoria familiar; en las obras del «video-arte» practicado hoy por muchos creadores de vanguardia; en los dispositivos de vigilancia de edificios. Cuatro contextos de producción/recepción muy diferentes para un mismo dispositivo tecnológico.

El primero y el tercero corresponden, en el sentido que aquí me interesa, a la noción de medio de comunicación, pero no el segundo y el cuarto: la grabación mediante una cámara de video, de escenas de la vida privada familiar no da lugar a un fenómeno mediático. Tampoco el registro de lo que sucede en los lugares claves de un edificio.

La misma diferencia existe entre dos utilizaciones de un dispositivo tecnológico mucho más tradicional, la fotografía: la fotografía de prensa articula el dispositivo tecnológico a un fenómeno mediático, el de la prensa gráfica; la utilización privada de la fotografía, destinada a construir un «album de familia» no configura un medio de comunicación en el sentido que aquí me interesa.

Como puede verse, el criterio sociológico que trato de preservar para la caracterización de un medio de comunicación comporta una cierta dimensión colectiva. Esto nos lleva a la cuestión del acceso a los mensajes.

La noción de medio de comunicación social que me parece más útil en el presente contexto debe satisfacer al criterio del acceso plural a los mensajes de los que el medio es soporte. Los mensajes son accesibles a una pluralidad de individuos, bajo ciertas condiciones. Lo interesante es precisar la naturaleza de esas condiciones. La manera en que los medios de comunicación se han instalado en las sociedades industriales hace que esas condiciones sean estrictamente económicas: el acceso a los medios es pago, directa o indirectamente. Esto permite definir el sector de los medios de comunicación como un mercado y caracterizar el conjunto como oferta discursiva.



Nótese que hablamos de acceso a los mensajes: no hacemos ninguna hipótesis sobre el acceso al sentido de que esos mensajes son portadores. Las condiciones de acceso a los mensajes y las condiciones de acceso al sentido son dos problemáticas totalmente distintas. La primera remite al funcionamiento de reglas económicas explícitas que definen el mercado de la oferta discursiva de los medios y corresponde en verdad a un análisis en producción; la segunda queda por el momento enteramente abierta, corresponde a un análisis en reconocimiento.

Hablo de acceso plural por razones de prudencia, a fin de evitar las connotaciones de términos como «masa» y dejar de lado, por el momento, toda hipótesis cuantitativa: el acceso plural puede concernir unos pocos individuos o millones de personas. La magnitud de esos «públicos» no entra en la definición del medio de comunicación. En verdad, este acceso plural puede ser también llamado acceso público, en un sentido amplio y genérico del término (es decir, fuera de la oposición servicio público/carácter privado de la propiedad de los medios, que no es aquí un eje pertinente).

Una carta personal enviada por correo no comporta acceso plural mediante pago: la correspondencia privada no es pues un medio de comunicación en el sentido sociológico que me interesa precisar aquí. Tampoco lo es el teléfono en sus usos privados. El acceso a bancos de datos y a múltiples otros servicios a través de Internet responde a la definición porque comporta acceso plural a los mismos mensajes. No así la correspondencia entre dos usuarios del correo electrónico, que tiene, desde este punto de vista, el mismo carácter privado que el correo interindividual tradicional.

La diferencia entre lo que es mediático (en el sentido que aquí me interesa) y lo que no lo es, puede expresarse en términos estrictamente económicos. En el caso de los usos no mediáticos de sistemas de comunicación, es el servicio el que constituye un mercado, pero no los mensajes. En el caso de los fenómenos mediáticos, la oferta está constituida por los mensajes, los mensajes mismos circulan como productos en un mercado de discursos.

Esto no significa que no tenga interés discutir acerca de los dispositivos tecnológicos de comunicación interpersonal privada en el contexto de la mediatización. Pero conviene abordar esta última, en primer lugar, desde el punto de vista de la influencia de los medios de comunicación (en nuestro sentido sociológico) sobre los mecanismos de funcionamiento social.

La comunicación mediática es esa configuración de medios de comunicación resultantes de la articulación entre dispositivos tecnológicos y condiciones específicas de producción y de recepción, configuración que estructura el mercado discursivo de las sociedades industriales. La comunicación mediática se encuentra en una situación de cambio acelerado, como resultado de la evolución de los dispositivos tecnológicos y de la emergencia de nuevas tecnologías, pero también como resultado de la evolución de la demanda. A partir de cierto punto, la comunicación mediática genera un proceso de mediatización de las sociedades industriales.

El interés del concepto de mediatización es que permite pensar juntos múltiples aspectos del cambio social de las sociedades industriales que hasta ahora se han analizado y discutido en forma relativamente dispersa. Pero no vamos a partir de una definición a priori de dicho concepto. Aquí me limito a presentar un esquema extremadamente simplificado de lo que sería el marco conceptual de una reflexión global sobre la mediatización.



## EL LIVING Y SUS DOBLES: ARQUITECTURAS DE LA PANTALLA CHICA - Eliseo Verón

Fragmento de capítulo "El living y sus dobles. Arquitecturas de la pantalla chica" de El cuerpo de las imágenes, Buenos Aires, Norma, 2001.

La mediatización

Nos acercamos al objetivo de esta exposición: plantear un cierto número de cuestiones que conciernen a la construcción de ese lugar del contacto que es el espacio de la televisión de gran público. Al respecto, dos observaciones adicionales que no podré justificar aquí pero que quizás sirvan para precisar la orientación general de mi trabajo.

La primera consiste en subrayar el hecho de que hablo de la televisión para el gran público, que es la que es un medio y la que ha contribuido de manera fundamental al proceso de mediatización de las sociedades industriales: el video no es un medio, es un dispositivo tecnológico pues, dado que, para mí, el concepto es sociológico, un medio no puede caracterizarse únicamente a partir de su soporte tecnológico. Su definición debe comportar condiciones de producción (entre las que se encuentra el dispositivo tecnológico) y también condiciones de recepción. Los procedimientos técnicos que están en juego en la televisión de gran público y en un dispositivo video de vigilancia son los mismos pero, según lo que acabo de expresar, sólo la primera es un medio.

En segundo lugar, esta televisión para el gran público se ha instalado en las sociedades industriales haciendo de la información su género principal y del directo su modalidad discursiva básica. La historia de la televisión de gran público, en sus articulaciones fuertes, es la de los discursos sobre la sociedad evenemencial (actualidad política, económica, del tiempo libre, deportiva, etc) y la del privilegio del directo, el que se considera el modo paradigmático dominante del discurso sobre su "real".

### Géneros:

(retomamos las filminas del teórico)

**Bajtín «La estética de la creación verbal»**

«Cada esfera del uso de la lengua elabora sus TIPOS RELATIVAMENTE ESTABLES DE ENUNCIADOS, a los que llamamos *géneros discursivos*»

¿Cuáles serían estas esferas? Aquellas relacionadas con la actividad humana: la docencia, el periodismo, los ámbitos de esparcimiento, la medicina, la política, etc.

Las diversas esferas de la actividad humana están relacionadas con el uso de la lengua. Y el uso de la lengua se lleva a cabo a través de ENUNCIADOS concretos, que *reflejan* las CONDICIONES ESPECÍFICAS DE CADA ESFERA por su contenido temático, su estilo verbal y sobre todo por su composición y estructuración. [ didáctico, derecho, medicina, semiótica ]

La diversidad de géneros es muy grande, y hay que tener en cuenta la importante diferencia entre géneros discursivos primarios o simples (tipos de diálogo oral, cotidianos y familiares, sociopolíticos, filosóficos) y secundarios o complejos (novelas, dramas, investigaciones científicas, géneros periodísticos).

«Los enunciados y sus formas típicas son *correas de transmisión* entre la historia de la sociedad y la historia de la lengua.»



Bajtín les adjudicó esa condición de "horizontes de expectativas", así como la de "correas de transmisión entre la historia de la sociedad y la historia de la lengua".

Aunque muchos de ellos insistan en la larga duración histórica (como el cuento popular o la comedia), no suelen ser universales, salvo en el caso de algunos géneros primarios (como el saludo); constituyen expectativas y restricciones culturales (dan cuenta de diferencias entre culturas).

### **Oscar Steimberg**

opciones comunicacionales sistematizadas por el uso

Instituyen condiciones de previsibilidad en distintas áreas de producción e intercambio cultural ese saber compartido, les otorga su condición de "horizontes de expectativas"

confieren a la producción y recepción de mensajes posibilidades de síntesis, celeridad y articulación con distintos espacios y formas del intercambio social

Pensamos a los géneros como interpretantes de la cultura

### **Géneros<sup>1</sup>:**

#### **Oscar Steimberg**

Los géneros, en tanto institución discursiva, son clases de textos u objetos culturales, discriminables en toda área de circulación de sentido y en todo soporte de la comunicación: así, si por un lado hay géneros literarios, del entretenimiento, del discurso político, por otro hay también géneros televisivos, radiofónicos, gráficos. Constituyen opciones comunicacionales sistematizadas por el uso: en el caso del cine, por ejemplo, contribuyen a organizar la oferta en las salas de exhibición, en los videoclubs y en las secciones de espectáculos de los diarios, además de constituir un recurso general de la descripción y la conversación. Así, los géneros instituyen, en su recurrencia histórica, condiciones de previsibilidad en distintas áreas de producción e intercambio cultural<sup>2</sup>.

Nadie deja de reconocer una múltiple muestra de los géneros de su cultura, y de compartir ese reconocimiento con el conjunto de la sociedad en que se inscribe; sin ese saber compartido, los géneros no poseerían su condición de "horizontes de expectativas". que en el conjunto de la comunicación confieren a la producción y recepción de mensajes posibilidades de síntesis, celeridad y articulación con distintos espacios y formas del intercambio social actividades, según una conocida definición pero las definiciones de género son múltiples, y se inscriben al menos en dos series diferenciadas: la de las que apuntan a constituir al género como objeto de una teoría, por un lado, y la de las que apuntan a la descripción de su funcionamiento social, por otro. En un extremo de la primera serie (la que da lugar a un siempre recomenzado debate teórico) se emplazan formulaciones como la de Benedetto Croce, que negó toda importancia a los estudios genéricos, considerándolos "el mayor error intelectualista" [Croce, B. (1971<1902>)]. Y coincidentemente Maurice Blanchot, aunque desde una perspectiva que en principio no excluiría la problemática de los géneros, señala en relación con los literarios que "la norma no se hace visible -no vive- sino gracias a sus transgresiones" [Blanchot, M. (1959)]. La norma transgredida

<sup>1</sup> Publicado en Carlos Altamirano (dir.), *Términos críticos de sociología de la cultura*, Buenos Aires, Paidós, 2002.

<sup>2</sup> Se encontrará un recorrido bibliográfico en Steimberg, O. (1998).



quedaría finalmente fuera de su interés: "sólo importa el libro, tal como es, lejos de los géneros [...]" [Blanchot, M. (1959)].

Podemos enfrentar ambas proposiciones con el señalamiento de Tzvetan Todorov: "no es sólo que, por ser una excepción, la obra presupone necesariamente una regla; sino también que, apenas admitida en su estatuto excepcional, la obra se convierte, a su vez, gracias al éxito editorial y a la atención de los críticos, en una regla" [Todorov, T. (1988)]. Y también: "que la obra 'desobedezca' a su género no lo vuelve inexistente [...] la transgresión, para existir, necesita una ley, precisamente la que será transgredida" [Todorov, T. (1988)].

La polémica, no cerrada, acerca de los géneros en el campo de la literatura invierte el régimen de acentuaciones que la teoría y la crítica ha instalado, en cambio, en relación con los géneros populares, literarios o no. Desde las definiciones del romanticismo alemán en el siglo XIX, las particiones aristotélicas (como la de tragedia y comedia en el modo dramático) se aplican a distintas formas de la narrativa y el entretenimiento y a todos los tipos de interlocución normados de la comunicación en todos sus soportes. Lo que en relación con la literatura es tomado como un desconocimiento del componente de creación y diferenciación estilística, es en cambio aceptado en lo que respecta a la cultura popular como naturalmente adecuado a su objeto.

Bajtín les adjudicó esa condición de "horizontes de expectativas", así como la de "correas de transmisión entre la historia de la sociedad y la historia de la lengua". Y aunque muchos de ellos insistan en la larga duración histórica (como el cuento popular o la comedia), no suelen ser, salvo en el caso de algunos géneros primarios (como el saludo), universales; constituyen expectativas y restricciones culturales (dan cuenta de diferencias entre culturas).

Las definiciones de estilo han implicado por su parte, en sus distintas formulaciones, la descripción de conjuntos de rasgos que, por su repetición y su remisión a modalidades de producción características (también segmentales y temporales), permiten asociar entre sí objetos culturales diversos, pertenecientes o no al mismo medio, lenguaje o género.

Una oposición-coincidencia se registra entre las definiciones empíricas de los géneros, que privilegian rasgos funcionales o prescripciones normativas, y las tipologías en las que se intentan ordenamientos sistemáticos y se discuten proposiciones explicativas: las descripciones de rasgos suelen coincidir en ambos espacios metadiscursivos. Pero no ocurre lo mismo con el estilo, cuyas definiciones empíricas (las surgidas del uso y la pertenencia estilística) suelen partir de la impugnación o el desconocimiento del estilo del otro; las coincidencias se registran, cuando esto ocurre, sólo en el interior de cada partido de estilo; o entre las construcciones de la teoría, especialmente cuando se ha establecido ya una distancia histórica.

En las proposiciones que siguen se intenta exponer el alcance de esas confluencias y divergencias, y discutir su articulación con las propiedades que constituyen al género y al estilo en tanto conjuntos opuestos y complementarios de la organización discursiva.

(....)





## PRENSA ESCRITA Y TEORÍA DE LOS DISCURSOS SOCIALES: PRODUCCIÓN, RECEPCIÓN, REGULACIÓN (Introducción)\*

Por Eliseo Verón

En el contexto de nuestras sociedades post-industriales mediatizadas<sup>1</sup>, la prensa escrita representa un dominio totalmente excepcional para el análisis de los discursos en la búsqueda de un campo propicio para testar sus hipótesis teóricas y en la puesta a prueba de sus instrumentos de descripción: ella es, por un lado, un laboratorio para el estudio de las transformaciones socioculturales de los grupos sociales y de las relaciones entre esas transformaciones y la evolución y el entrelazamiento de los géneros discursivos; ella comporta, por otro lado, una red de producción de discursos cuya complejidad lleva a poner en práctica un marco conceptual en múltiples niveles, capaz de hacer frente a tal complejidad.

El objetivo de este trabajo es hacer una primera aproximación a ese marco conceptual, recordando, al mismo tiempo, ciertos problemas que se plantean cuando se aborda el dominio de la prensa escrita desde el punto de vista de una teoría de la discursividad social.

Algunas observaciones, a guisa de preámbulo.

Una teoría de los discursos sociales, en primer término, no trata la prensa escrita como un lugar (entre otros) de manifestación de las leyes de la lengua, sino como uno de los terrenos donde se dibujan, bajo una forma dominante específica- la de la materialidad de la escritura<sup>2</sup>- los objetos que le son propios: los discursos.

Yo no pienso, en segundo lugar, que se vaya a llegar a una teoría de lo discursivo por prolongación-reelaboración de un desarrollo lingüístico (cualquiera que sea). La prensa escrita es precisamente un buen dominio para poner en ejercicio la única estrategia posible según mi opinión, la que consiste en enfrentarse a lo complejo en su propio nivel, sin caer en la ilusión según la cual, a partir de lo simple, por composición y con paciencia, se llegará a lo complejo.

En tercer lugar, si se parte de objetos complejos, los macro-funcionamientos discursivos determinan los micro-funcionamientos lingüísticos. Es por esto que ciertos macro-conceptos son aquí fundamentales. Es en el nivel de los macro-funcionamientos que se puede aprender el peso de las condiciones productivas sobre los discursos, y a partir de allí, el enraizamiento de estos últimos en la sociedad y en la evolución histórica.

Los lugares de manifestación de esos macro-funcionamientos discursivos son, en nuestras sociedades industriales, los media. El término "media" designa para mí no sólo un dispositivo tecnológico particular (por ejemplo, la producción de imágenes y de sonidos por soporte magnético) sino la conjunción de un soporte y de un sistema de prácticas de utilización (producción/reconocimiento). La video doméstica, que desemboca en el registro de escenas de la vida de familia, y la televisión para el gran público, no se diferencian por la naturaleza del dispositivo tecnológico; pero no se trata

\* Traducido de la publicación Langages, discours et société, N° 4: "La Presse: Produit, Production, Reception", Paris 1988, pp.11-25

<sup>1</sup> Ver a propósito de mediatización ver Verón, E., *El cuerpo de las imágenes*, cap. 1 "El living y sus dobles. Arquitecturas de la Pantalla chica" y cap. 2 "Interfaces. Sobre la democracia audiovisual avanzada."

<sup>2</sup> Sin olvidar que en lo que se llama prensa escrita no sólo hay escritura. Se debería hablar probablemente de discurso impreso: escritura, imagen, puesta en página, diagramación.



ciertamente, en un caso y en el otro, del mismo "media". Los diferentes procedimientos que desembocan en lo escrito impreso, no son más que dispositivos técnicos. La prensa escrita para el gran público es un media; el equipamiento ordenador personal-impresor, que ha hecho entrar lo escrito impreso en el universo de los usos individualizados, está en tren probablemente de crear otro media, totalmente nuevo. "Media" es entonces para mí un concepto sociológico y no tecnológico.

## ✓ 1.- El análisis en producción: tipos, géneros, estrategias

Llamo "sistema productivo" a la articulación entre la producción y el reconocimiento de los discursos producidos<sup>3</sup>. En el plano de los macrofuncionamientos, y para un análisis en producción, vamos a distinguir tres nociones: "tipo", "género" y "estrategia". Se trata de un procedimiento esencialmente empírico donde la falta de criterios teóricos elaborados hacen por el momento un poco difusas las fronteras entre esos macro conceptos. A falta de una tipología de discursos teóricamente constituidas, estamos obligados a partir de ciertos niveles -y en el interior de cada nivel, de ciertos recortes- que aparecen en el seno mismo del sistema productivo de los discursos mediáticos<sup>4</sup>. En las consideraciones que siguen, no tomo en cuenta más que el caso de las sociedades industriales y pos-industriales con régimen democrático.

### 1.1- Tipos

En lo que respecta a la noción de "tipo" de discurso, me parece esencial asociarla, por un lado, a esas estructuras institucionales complejas que son sus "soportes institucionales", y por el otro a unas relaciones sociales cristalizadas de ofertas/expectativas que son los correlatos de esas estructuras institucionales. Por supuesto, esas estructuras institucionales y esas configuraciones de ofertas/expectativas, no pueden ser tratadas simplemente como datos sociológicos "objetivos"; unos y otros son inseparables de los sistemas de representación que, en producción, estructuran el imaginario donde se construyen las figuras de los emisores y de los receptores de los discursos.

No se ve bien, por ejemplo, que se pueda definir el discurso político como tipo, sin conceptuar su anclaje en el sistema de los partidos y en el aparato del Estado, por un lado, y sin teorizar, por otro lado, las modalidades a través de las cuales ese tipo de discurso construye las figuras de sus receptores. Es en la definición del tipo que intervienen hipótesis que tiene la pretensión de aprehender la especificidad del tipo, es decir su diferencia respecto de otros tipos. En el caso del discurso político, una hipótesis de este género consiste en postular la construcción, a un cierto nivel, de un destinatario genérico ciudadano-nacional (asociado al colectivo "Nación"), comprometido en prácticas con respecto al sistema político (y partiendo con expectativas a propósito de su funcionamiento), y en otro nivel, tres subespecies de destinatarios: el pro-destinatario, a

<sup>3</sup> Con respecto a la distinción entre 'producción' y 'reconocimiento' ver mis artículos: "Semiosis de l'ideologie et du pouvoir", Paris, Communications, 28: 7-20, 1978; "Dictionnaire des idées non recues", Paris, Connexions, 27: 125-142, 1979; "Hacia una semiología de la recepción", Bogotá, Signo y Pensamiento, 2 (3): 21-31, 1983 y también "Fundaciones", en *La Semiosis Social*, Bs. As., Gedisa, 1987.

<sup>4</sup> Se encuentra una utilización un poco diferente de los conceptos de 'tipo', 'género' y 'estrategia' en Patrick Charaudeau, *Langage et discours*, Paris, Hachette Université, 1983, en particular, pp.87 y ss. Charaudeau denomina 'géneros discursivos' a aquellos que yo tiendo a designar como 'tipo de discurso' (publicitario, político, etc.). Su concepto de 'estrategia', en cambio, parece corresponder un poco al mismo nivel de análisis que el mío, salvo que yo no le atribuyo ninguna connotación de 'intencionalidad' ni de 'conciencia'



quien apunta a través de mecanismos de refuerzo de la creencia compartida, el para-destinatario; blanco de los mecanismos del orden de la persuasión, y el anti-destinatario, blanco de la figura de lo polémico<sup>5</sup>.

Igualmente, no se ve bien que se pueda definir el discurso de la información (ese discurso tiene por objeto la "actualidad") como tipo, sin conceptualizar, por un lado, su articulación con la red tecnológica de los medios y con los sistemas de normas que rigen la profesión de periodista, y por otra parte, sus modalidades de construcción de un solo destinatario genérico ciudadano-habitante, (asociado al colectivo "País", pero motivado por el colectivo "Mundo") y comprometido en rutinas diversas de apropiación del espacio-tiempo de lo cotidiano. Si el destinatario genérico ciudadano-habitante está próximo, en ciertos aspectos, de un pro-destinatario, el discurso de la información es extraño al para-destinatario y al anti-destinatario.

No se ve bien, todavía, que se pueda definir el discurso publicitario como tipo sin conceptualizar, por una parte, sus relaciones complejas a la vez con el mercado económico de los bienes de consumo, con la red institucional de la comunicación comercial y con la red de los medios, de los que extrae su legitimidad, y por otra parte, sus modalidades de construcción de todo una galería de para destinatarios en cuanto consumidores potenciales, y así sucesivamente.

## 1.2- Géneros

La noción de género esta fatalmente marcada, desde el principio, por la problemática literaria, lo que no facilita las cosas. En esta óptica, heredada del análisis literario, un género será caracterizado necesariamente con una cierta disposición de la materia lingüística (por no decir de la escritura, pues un mismo género puede aparecer en lo escrito de la prensa y en la oralidad de la radio). A falta de mejor nombre, identificaré este uso como el de los géneros-L: "entrevista", "reportaje", "encuesta", "alocución", "mesa redonda", "debate", y muchas otras expresiones designan, más o menos confusamente, géneros-L.

Este nivel de análisis cruza, por supuesto el de la identificación de los tipos. Pues un mismo tipo de discurso podrá ser reconocido bajo diversos géneros-L: "la entrevista", "la alocución", "el debate" para el discurso político, por ejemplo. Inversamente, por supuesto, un mismo género puede encontrarse en el interior de diferentes tipos de discurso.

Pero nos hace falta un segundo concepto de género, que nos permita designar y clasificar lo que hay que llamar productos. Hablemos aquí de los géneros-P. Desde este punto de vista, nosotros podemos decir, por ejemplo, que expresiones tales como "periódico de información", "mensuario femenino generalista", "diarios" designan géneros de la prensa escrita para el gran público, del mismo modo que "revista de divulgación científica", "emisión de juego", "emisión de variedades", "folletín" designan los géneros de la televisión para el gran público.

Los géneros-P tienen una relación mucho más estrecha con los tipos de discurso que los géneros-L. En realidad, es probable que esta noción de géneros-P no sea en el fondo más que una manera (probablemente inadecuada y provisoria) de conceptualizar sub-especies en el interior de un tipo, entidades discursivas que no pueden en consecuencia (a diferencia de los géneros-L) aparecer en varios tipos al mismo tiempo.

---

<sup>5</sup> Sobre la distinción entre pro-, para- y anti-destinatario, ver mi artículo: "*La palabra adversativa. Notas sobre la enunciación política*" en, VERÓN, E. y otros: *El discurso político*, Bs. As., Hachette, 1987.

El hecho de asociar, en este caso, la noción de producto a la de género no es, por supuesto, debido al azar. Pues los géneros-P están muy directamente ligados a los fenómenos de competencia, al interior del universo de los media: una "zona de competencia directa" no es nada más que el enfrentamiento de un cierto número de productos discursivos pertenecientes a un mismo género-P. En la caracterización de un género-P, entran lo más frecuentemente en consideración ciertas invariantes de "contenido", es decir, la toma a cargo de un conjunto relativamente estable de campos semánticos.

Un representante de un género-P determinado (por ejemplo, un tipo de prensa perteneciente al género-P "mensuario femenino generalista") está compuesto por una pluralidad de unidades discursivas que representan generalmente varios géneros-L. Los géneros-L "atraviesan" a la vez los tipos de discurso y los géneros-P.

### 1.3- Estrategias

Las estrategias discursivas pueden ser definidas, en el marco que es aquí el nuestro, como variaciones que se verifican en el interior de un mismo tipo de discurso o de un género-P. Si no menciono aquí los géneros-L es porque en la óptica del análisis de los discursos sociales mediatizados, las variaciones en el interior de un mismo género-L no son reductibles (ni explicables) en el marco del género-L en cuestión: ellas están sobredeterminadas por el tipo de discurso y por el género-P en el cual el género -L está inserto. El hecho de interesarse solamente en los géneros-L y en sus variaciones a través de los tipos y de los géneros-P testimonian un desarrollo que no es el de una teoría de los discursos sociales.

Las variaciones estratégicas de las que se trata aquí remiten muy directamente a los fenómenos de competencia interdiscursiva propio de un campo de la discursividad en cuanto a mercado de producción de discurso. La noción de "estrategia", se ve, debe permitirnos delimitar en un sector dado de la red de los media, las variaciones, debidas a la competencia, entre varios representantes de un género-P. La prensa escrita proporciona elementos muy notorios de este tipo de situación y es en consecuencia un dominio privilegiado para el estudio de las variaciones estratégicas.