

Sobre el sentido en los medios. Texto(s) y discurso(s) en el análisis del dispositivo televisivo de comunicación

Lucas Berone

Introducción: el sentido y los medios

Esta ponencia se abre con un postulado básico, a saber: todo texto mediático tiene sentido. O mejor: los textos mediáticos nacen *en* el sentido. Esta afirmación no está dirigida a definir el lugar posible de algún adversario u oponente de mi argumentación, sino que trata de ser más bien un punto de partida.

Ocurre, entre el sentido y su lugar en los medios, lo siguiente. He tenido la oportunidad, en los últimos tiempos, de acceder a algunos análisis sobre la producción simbólica en los medios de comunicación masiva (especialmente referidos a la televisión), según los cuales los mensajes mediáticos, por sus condiciones de producción y consumo, se verían afectados por una esencial *inconclusividad y falta de sentido*. Lo que

llevaría a afirmar que, enfrentados a tales productos simbólicos, ya no cabe hablar de *textos* propiamente dichos, sino meramente de fragmentos significantes inconexos (o, en última instancia, de un gigantesco *hipertexto* constituido por incesantes reenvíos y ramificaciones).

Ahora bien, el problema radica en que, si el texto posee “*la importancia capital de imponer sobre lo real una estructura que lo hace comprensible y permite su traducción a modelos mentales con los que nos movemos en nuestra vida*” (Castellani, 1999:1), entonces la destrucción de la unidad, la coherencia y la conclusividad características de la organización textual, operada por los medios de comunicación masiva, desemboca en un *vacío de sentido*; tras el cual se perdería toda conexión con el mundo (con lo real) y, por lo tanto, toda posibilidad de conocerlo y/o modificarlo. Como se ve, el problema se vuelve crucial desde el punto de vista de una reflexión política acerca del papel de los medios en sus relaciones con el *status quo* o con el *cambio* social: tras el sin-sentido construido por lo medios, el mundo se ausentaría del espacio de las conciencias humanas, ya sea como *objeto de conocimiento* o de *praxis*.¹

No voy a ocuparme mucho más de esta línea de reflexión; me interesa marcar solamente un espacio de preguntas y de formulaciones legítimas e importantes acerca de la discursividad mediática que existe y del que no me hago cargo, que hago a un lado, voluntariamente, porque entiendo que se asienta sobre una concepción del “texto” y de la producción del sentido que no puedo compartir enteramente. Por fuera de este campo de análisis e interpretaciones, me gustaría postular que todo texto, incluso los textos mediáticos, emerge o se produce ya en el sentido; y que una serie de problemas acaso más importantes, en relación a los dispositivos mediáticos de producción simbólica, pasan por medir, en principio, cuáles son las *transformaciones* que impone el formato mediático en los discursos que circulan a través de él y, después, cuál es el

campo de *efectos de sentido* de cada discurso particular puesto en situación mediática.

El sentido está “en el medio”, o del sentido a sus efectos.

El problema que, me parece, está en la base de una postura analítica como la anterior, que evacua el sentido de los medios, es el hecho de que sigue apoyándose en una concepción positivista y/o “instrumentalista” del texto y del lenguaje, dado que sitúa al “sentido” como un objeto en un campo ajeno (el “pensamiento”, cualquiera sea su tipo o definición) a los diferentes discursos o materias significantes a las que inviste. Según los modelos textualistas (deudores de la teoría de la información y la lingüística funcional), el sentido no se construye en la comunicación, sino que es precisamente lo que se comunica, y ya existe antes de cualquier puesta en discurso, como un algo *exterior* al lenguaje: se trata de una dación del sujeto hablante hacia su discurso, donde al oyente sólo le cabe reconstruir (a riesgo de caer en el malentendido, pero nunca en el sinsentido) eso que le fue dado *antes* a través de la “organización textual”.

Si el sentido es un hecho exterior y anterior al lenguaje, es posible en efecto admitir la existencia de un conjunto de mensajes de los que el sentido se ha ausentado, o que han sido deliberadamente vaciados del mismo. En cambio, una conclusión así ya no puede sostenerse si aceptamos como premisa que el sentido no es exterior al lenguaje, sino que es co-extensivo a él; es decir, que el sentido está en el *origen* del lenguaje (de los lenguajes) y que cada vez que hablamos o nos comunicamos de alguna manera nos instalamos “de golpe” en la significación.

Esta postura hunde sus raíces en la *lógica del sentido* deleuziana, pero no es exclusiva de ella, ni mucho menos de las teorías deconstruccionistas. Según Deleuze,

si el sentido no puede pensarse como un elemento o un constituyente del lenguaje, tampoco es algo que se imprima “desde afuera” en las proposiciones: es un *borde*, o mejor, es la *condición de posibilidad* del lenguaje². En tanto borde, el sentido no tiene su lugar dentro del lenguaje, es un “acontecimiento incorporal” que *se atribuye* a los cuerpos o estados de cosas, pero tampoco es reducible a estos últimos. El sentido observa la lógica de la *frontera*: une y separa al mismo tiempo; es la línea que pasa entre los cuerpos y el lenguaje, haciendo que este último exista. Como afirma Deleuze: “*Todo ocurre en la frontera entre las cosas y las proposiciones*” (1989:32)³. En este punto, no cabe preguntarse por el grado de sentido o sin-sentido de un texto (como se habla del nivel de *información* o de *redundancia* de un mensaje); cualquier texto o mensaje, en tanto unidad del lenguaje, existe o se produce, ya, *instalado en el sentido*, y liberará el campo para la pregunta por las *configuraciones del sentido*, o para decirlo en términos de Verón, por los “efectos de sentido” de un texto o discurso particular.

La mediatización de la política: problemáticas y transformaciones

Considerar los efectos de sentido de un discurso particular (el *discurso político*) puesto en situación mediática (la escena televisiva), nos obliga a concebir los medios, y especialmente la televisión, como una red de juegos de discurso diferentes, que coexisten en el espacio mediático afectándose mutuamente, pero que no pierden por ello toda la especificidad de sus reglas discursivas.

Si es cierto que el discurso político se define por la articulación entre los mecanismos enunciativos de una triple destinación (pro-destinatario, contra-destinatario, para-destinatario) y una serie de entidades y componentes del plano del enunciado (colectivos de identificación, meta-colectivos, operadores de

Segundo Simposio Prácticas de comunicación emergentes en la cultura digital

interpretación, etc.) (Verón, 1987); entonces, cabe que nos preguntemos ahora si la televisión (sus reglas de producción y de consumo) puede generar algún tipo de transformación en un dispositivo de enunciación con tales características.

En primer lugar, pareciera que los modos de recepción del mensaje televisivo han transformado la palabra política en una comunicación cotidiana o doméstica, desvinculándola de los dispositivos tradicionales del espectáculo público (ceremonias, actos partidarios, manifestaciones, debates parlamentarios)⁴. Ahora bien, esta construcción de la política como palabra cotidiana y su desplazamiento a los espacios domésticos, privados o íntimos del receptor, podrían pensarse como condiciones de producción de nuevas figuras de *pro-* o *paradestinatario*. Cada vez más, y con mayor frecuencia, los políticos se dirigen, desde la pantalla, a las *señoras amas de casa* (la “doña Rosa” de Neustadt), a los preocupados *padres de familia*, etc.: entidades del imaginario político ligadas a una suerte de tipología de lo cotidiano y del hogar. Por otra parte, se ha vuelto también cada vez más recurrente la apelación política a un nuevo tipo de *operadores de interpretación*: se trata de ciertos juicios y valores inscriptos en la *doxa*, en el *sentido común* de una determinada coyuntura social, y ya no en los contenidos programáticos de una ideología o doctrina política.⁵

En segundo lugar, deberíamos indagar las consecuencias del surgimiento de nuevas condiciones de producción del discurso político, inseparables de ciertas *reglas de construcción* impuestas por el dispositivo televisivo: el cruce con otros juegos de discurso, simultáneos y enfrentados al discurso político (como ser el *discurso de la información*), o la naturaleza trans-nacional y privada (*privatizada*) de la escena televisiva. Como señala Verón, el discurso político debe prever las estrategias de recepción de una nueva figura de *destinatario* (cuyo rol respecto de la estructura de triple destinación todavía estaría por definirse): el *periodista político* o

conductor televisivo, aquel que, a la par que interpela al político (y es el primer destinatario empírico de lo que éste dice), está participando también y fundamentalmente de *otro* juego de discurso.

“Bajo distintas formas, (...) el espacio simbólico de la televisión es ocupado por otras figuras dominantes que juegan otros juegos de discurso. La más importantes es probablemente la figura del periodista, del enunciadador que toma a su cargo el relato de la actualidad del mundo. El discurso de la información, encarnado por el periodista, constituye el contexto dentro del cual, en la mayor parte de los casos, el discurso político puede manifestarse” (op.cit.:25).⁶

La importancia de este operador mediático todavía queda por ser medida en toda su magnitud ya que pareciera que, en el “cara a cara” de la entrevista televisiva, el discurso político tiende a recostarse y a negociar en el espacio de la *doxa* o la “opinión pública” del *conductor televisivo*; el cual ocupa una posición especialmente ambigua, como *representante* de los telespectadores, pero también como *empleado* de las corporaciones mass-mediáticas⁷.

En tercer lugar, los fenómenos que vengo citando se articularían con el establecimiento de una nueva *distancia* entre el discurso político y el lugar de su Ley: las doctrinas partidarias o *ideologías políticas* tradicionales, entendidas como norma y fuente última de coherencia de la palabra política. Esta distancia señala, simultáneamente, hacia por lo menos tres niveles o dimensiones de hechos: 1) la crisis de los *partidos* (depositarios históricos de la doctrina) y el correlativo proceso de *personalización* de la escena política televisiva de los últimos años (la eclosión de los “candidatos sin partido”, o su expresión dentro del peronismo dominante: la “transversalidad”); 2) la construcción de los

“hombres políticos” como *artículos de consumo*, cuyo discurso se articula diferencialmente en función de ciertos *targets* elegidos sobre una estricta lógica comercial, y 3) el uso polémico de nuevas materialidades significantes tales como la *proxémica*.⁸

El cuerpo significativo: de lo indicial, otra vez a lo simbólico

Queda claro, a la hora de reunir lo que ha sido desplegado de un modo un tanto anárquico en el apartado anterior, que los problemas y las transformaciones alumbradas en el proceso de mediatización televisiva del discurso político se articulan y encuentran su punto de convergencia en lo que podríamos denominar, junto con Verón, el ingreso del discurso político en el *orden indicial* o *metonímico* de la semiosis, o bien, en el orden del *contacto*, organizado alrededor del eje del “cuerpo significativo”⁹. El discurso político puesto en situación televisiva, lejos de vaciarse de contenidos o de perder su riqueza semántica, no hace otra cosa que reconfigurar sus estrategias para apropiarse también del orden indicial, negociando activamente con los “gerentes” del contacto (los conductores o periodistas televisivos) su acceso al público; el cual, en tanto “gran público” indiferenciado¹⁰, deberá ser ubicado ahora en el lugar del *para-destinatario* y requerirá correlativamente de una acentuación de las estrategias de persuasión (de ahí, la insistencia de operar actualmente *en producción*, respecto del discurso político, con categorías propias del discurso publicitario)¹¹.

Sin embargo, y a pesar de que Verón ubica explícitamente su perspectiva en el nivel de ciertas “condiciones enunciativas no lingüísticas de la mediatización” (2001:110), tal vez recubre cierto interés adicional iniciar un análisis de las “imágenes del cuerpo” *en los enunciados*, prestando especial atención a los modos por los cuales la puesta en primer plano del orden metonímico de la significación genera efectos en la constitución de nuevos *imaginarios* mediáticos, a partir del *trozamiento* o

despedazamiento selectivo del “cuerpo significativo”.

Así, si en el orden metonímico o indicial, tenemos que el cuerpo significativo se halla definido en función de sus *extensiones*, no es casual encontrar, en la discursividad mediática referida a la política, que los funcionarios corruptos tengan “las manos en la lata”; que los vecinos decentes del conurbano bonaerense exijan “mano dura” para los delincuentes; que un Fulano, de cuyo nombre no puedo acordarme, afirme estar hablando “con las manos limpias”; o que el actual presidente Kirchner asegure, en repetidos actos públicos, que no le va a “temblar la mano” a la hora de negociar con los organismos internacionales. En el orden de lo político (como esfera de acción social tematizada no solamente por la palabra de los políticos), puesta su discursividad bajo el régimen de lo metonímico, todo parece reducirse actualmente a los mecanismos y problemas de la *manipulación*, o para decirlo con un término más familiar, de la *administración* de los asuntos públicos¹².

En el orden icónico, por otro lado, el cuerpo significativo se definiría por sus *límites*. El cuerpo femenino estetizado (el cuerpo de las modelos), emblema clásico de la cultura occidental contemporánea, es un cuerpo cerrado sobre sí, sin extensiones, donde las formas curvas o redondeadas se abren para volver a cerrarse vertiginosamente, sobre sí mismas, en un solo movimiento. Incluso los senos, lugares del contacto, extensiones “prohibidas” que alimentan y que se estiran y alargan exhaustas tras la maternidad, aparecen inmediatamente redondeados gracias a la milagrosa y reparadora actuación del cirujano plástico. El cuerpo femenino producido por los medios es un cuerpo que ha sido mutilado de sus extensiones (en los maniqués femeninos, esa mutilación es evidente), cuando, ancestral y culturalmente, la mujer es en realidad una corporeidad abierta y productiva: cuerpo que alimenta, cuerpo que coce los alimentos, cuerpo que hila y que protege de la intemperie, cuerpo fecundo y fecundado. La delgadez del

cuerpo de las modelos es casi una metonimia de su *esterilidad*.

Por último, en el orden simbólico o del lenguaje, el cuerpo significativo debe ser definido por sus *agujeros* o *perforaciones*: los lugares por donde la Ley atraviesa los cuerpos y conecta con aquello en función de lo cual decimos que todo sujeto está completo, es decir, con el espacio inmaterial de la “conciencia”. Como afirma Verón, en la televisión, los “*cuerpos significantes no pierden una de las características fundamentales de un cuerpo: hablan. Y los telespectadores que miran, no por eso se vuelven sordos*” (2001:40).

Curiosamente, Verón asigna la mirada (“los-ojos-en-los-ojos”) al orden de lo metonímico, como el eje alrededor del cual se articula el *contacto* en el medio televisivo. ¿Por qué los ojos, ese lugar de pasaje tradicional entre el *adentro* y el *afuera* del cuerpo significativo, se han transformado en el eje de las estrategias referidas al contacto, y no a la comunicación? Y otra pregunta, correlativa de la anterior: ¿qué significa la representación reiterada por parte de los medios de esa “otra mirada” que es su propia mirada, de ese ojo opaco que es el “ojo de la cámara”, ese *ojo electrónico* reificado finalmente en el ojo ubicuo del *Gran Hermano* televisivo? Trataré de proponer una mínima solución. En el imaginario mediático actual, el ojo encierra a las subjetividades sobre sí mismas, las torna opacas, replegadas, vueltas hacia adentro, inaccesibles. El ojo de la cámara, que es finalmente nuestro “propio” ojo vuelto hacia el televisor, no devuelve la mirada: es un instrumento de control, y no de intercambio; detrás de ese ojo helado hay una presencia agazapada, cuya forma, cuya intencionalidad última se resisten a la representación. Habría que empezar a preguntarse por las relaciones entre la simbolización mediática del cuerpo significativo (y su despedazamiento selectivo) y la proliferación, en los discursos mediáticos sobre la actualidad, de una *lógica de la sospecha* o de la *conspiración*, construida como grilla interpretativa que organiza lo real en los términos de una

superposición o yuxtaposición esquizofrénica entre tramas, acontecimientos y subjetividades “visibles” vs. tramas, acontecimientos y subjetividades “ocultas”.

Lucas Berone

1 Por otra parte, y en la perspectiva que vengo citando, esta *huída* de lo real hacia atrás del imaginario (o del “ruido”) mediático sería coherente con el actual contexto mundial, signado por la caída de los grandes relatos de la modernidad (Castellani, 2000:61-62).

2 “Pero hacer posible no significa hacer comenzar. Se empieza siempre en el orden del habla (...). Hacer posible el lenguaje significa lo siguiente: hacer que los sonidos no se confundan con las cualidades sonoras de las cosas, con el ruido de los cuerpos, con sus acciones y pasiones. Lo que hace posible el lenguaje es lo que separa los sonidos de los cuerpos y los organiza en proposiciones, los libera para la función expresiva” (Deleuze, 1989:188).

3 Podríamos intentar enfocar la cuestión desde una perspectiva acaso más materialista, como puede ser el dialogismo bajtiniano. Según Bajtín, es el lenguaje el que modela la conciencia individual o “vida psíquica” de los sujetos, dado que toda conciencia de sí se realiza sólo a partir del material signico e ideológico aportado por los discursos o enunciados que circulan en la sociedad en un momento dado de su historia. Sobre esto, puede consultarse el tratado de Voloshinov, *El marxismo y la filosofía del lenguaje* (1992).

4 Por supuesto, esto no quiere decir que tales formas de aparecer o de visibilizarse del discurso político hayan sido suprimidas.

5 Cfr., en esta línea, el desarrollo hipertrofiado de las encuestas de opinión para usos políticos a que venimos asistiendo en las últimas décadas: es como si el sentido del discurso político no tuviera otro lugar que la opinión (opaca, difusa, evanescente y mutable) del “gran público” de la televisión.

6 Pueden consultarse, en Verón (2001:13-66), dos análisis empíricos muy interesantes sobre las complejas negociaciones que se establecen, durante una campaña electoral, entre estrategia política y estrategia informativa; o bien, entre el cuerpo del político y el lugar del periodista-conductor, “gerente” o “funcionario” del contacto con el telespectador.

7 Asimismo, el creciente proceso de trans-nacionalización de los medios, al desestabilizar las nociones estandarizadas de nacionalidad, parece estar llevando a la modificación de los colectivos de identificación y de los meta-colectivos que poblaban los imaginarios políticos tradicionales. Las figuras y los discursos mediáticos de Mandela, Gorbachov y Diana de Gales, por ejemplo, sólo funcionaron y produjeron todos sus efectos por remisión a una doble escena política: por un lado, una escena o espacio público-nación y, por otro lado, una escena o espacio público-humanidad, común a tales discursos y que en buena medida sólo era posible merced al poder y a los efectos del medio televisivo. Lo mismo podría afirmarse de Juan Pablo II, cuya figura se recorta de modo muy diferente según la remitamos al escenario local de su actuación (como jefe o cabeza de la Iglesia católica), o bien, a la escena global de la misma (dirigiéndose a una humanidad en guerra).

8 Respecto de la importancia de la proxémica de los cuerpos políticos mediatizados, resulta llamativo que, en algunas televisaciones de los actos políticos de gobierno, la palabra tiende a difuminarse hasta hacerse casi inaudible y la atención de las cámaras se centre en los gestos y en los movimientos corporales de los políticos, gestos y movimientos que aparecen así dotados de una carga significativa mucho más importante o decisiva. Cito rápidamente algunos ejemplos que me vienen a la memoria: la imagen del “papelito” incriminatorio que le pasan a Alfonsín en el Congreso, y que define su voto; las tomas frecuentes de legisladores durmiendo, leyendo el diario o conversando distraídamente durante ciertos debates parlamentarios cruciales para el país; Alicia Castro colocando una bandera norteamericana sobre el estrado del presidente de la Cámara de Diputados; los gags involuntarios del presidente De la Rúa en el programa de Marcelo Tinelli, equivocando la salida del escenario u olvidándose de ciertos nombres (situación ampliamente parodiada). Más recientemente, podría enumerar: la negativa de Luis Zamora a estrechar la mano de Mauricio Macri antes del debate televisivo por las elecciones para Jefe de Gobierno de la Ciudad de Buenos Aires; el enojo de los familiares de las víctimas de República de Cromañón, movido por la gestualidad aparentemente impostada de Aníbal Ibarra durante las sesiones especiales de la legislatura porteña; y en Córdoba, las frecuentes anotaciones periodísticas acerca del recíproco comportamiento evasivo, durante inauguraciones o actos públicos, de los cuerpos del intendente de la ciudad (Luis Juez) y del gobernador de la provincia (José De la Sota).

9 “En una sociedad pre-mediática, el orden del contacto y de la apropiación del espacio por el cuerpo significativo era el orden de lo cotidiano; definía la

inmediatez de la vida organizada alrededor del 'yo' social y de sus prolongamientos territoriales, en oposición al simbolismo distanciado de las instituciones. La mediatización audiovisual introduce todos los mecanismos significantes (y, por lo tanto, cognitivos) de esa territorialidad subjetiva, se podría decir, generada por el cuerpo, en la producción de lo real más global: lo económico, lo político, lo religioso, los acontecimientos, empiezan a construirse en el registro microscópico de lo indicial: el enfrentamiento político se espacializa y se materializa en el entrelazamiento de los gestos, la gravedad de un conflicto se lee en un rostro” (Verón, 2001:38-39).

10 Sobre la categoría de “gran público” como hipótesis reguladora de las estrategias de comunicación características de la televisión de servicio público, ver Verón (2001:87-100).

11 “Un aspecto fundamental de la mediatización de lo político deriva, entonces, del hecho de que la estrategia política, que se ejercía antaño esencialmente en el dominio de lo simbólico (es decir, del lenguaje), está obligada hoy en día a abrirse camino a través de la red de la metonimia, en busca del buen contacto” (op.cit:24).

12 En efecto, sería interesante indagar cómo, especialmente desde la crisis de diciembre de 2001, habrían sido puestos en discusión ciertos fundamentos o resortes básicos del sistema democrático que nos rige (el problema de la representatividad; la justicia pública y la división de poderes; el trazado de los límites entre lo público y lo privado, con especial referencia a las formas de intervención del Estado en el sistema económico-financiero) y cómo, al hacerse cargo de tales ítems, la palabra política mediática los configuraría como cuestiones de índole puramente administrativa: ¿cómo garantizar la “seguridad de los ciudadanos” (consigna generada exclusivamente por los medios, en torno a una isotopía de la seguridad que cruza, y desdibuja finalmente, cuestiones tan disímiles como la independencia del sistema judicial, el control y la represión de la protesta, la incautación de la propiedad y el ahorro privados y el incremento de los índices delictivos)?, ¿cómo “levantar el corralito” sin que se produzca el derrumbe financiero?, ¿cómo volver a “insertarse en la comunidad internacional” del crédito?,etc.,etc.

Bibliografía

- ANG, Ien.** 1997. *Cultura y comunicación*. In Daniel Dayan (comp.), *En busca del público*. Gedisa, Barcelona.
- CASTELLANI, Donatella.** 1999. *Lenguaje en los medios: el relato tartamudo*. In *Actas del IV Simposio de Comunicación Social*. Ministerio de Ciencia, Tecnología y Medio Ambiente, Santiago de Cuba.
- CASTELLANI, Donatella.** 2000. *El texto en los tiempos de la postescritura*. In AAVV, *Lenguajes y actores en pantalla y en papel*. Nueva Generación, Buenos Aires.
- DELEUZE, Gilles.** 1989. *Lógica del sentido*. Paidós, Barcelona.
- MORLEY, David.** 1997. *La recepción de los trabajos sobre la recepción*. In Daniel Dayan (comp.), *En busca del público*.
- THOMPSON, John B.** 1998. *Los media y la modernidad. Una teoría de los medios de comunicación*. Paidós, Barcelona.
- VAN DIJK, Teun.** 1983. *La ciencia del texto*. Paidós, Barcelona.
- VERÓN, Eliseo.** 1987. *La palabra adversativa*. In AAVV, *El discurso político. Lenguajes y acontecimientos*. Hachette, Buenos Aires.
- VERÓN, Eliseo.** 2001. *El cuerpo de las imágenes*. Norma, Bogotá.
- VOLOSHINOV, Valentín.** 1992. *El marxismo y la filosofía del lenguaje*. Alianza, Madrid.

Lucas Berone

Nació en Morteros (Pcia. de Córdoba) y se graduó como Licenciado en Letras Modernas en la UNC, en 2001.

Actualmente, está realizando su tesis de Maestría en Sociosemiótica, referida al surgimiento, en nuestro país, del discurso teórico y crítico sobre la historieta, y forma parte de un equipo de investigación que prepara la publicación de un *Diccionario de la teoría de M. Bajtín*.

Publicó artículos sobre los temas *ideología e historieta* en diversas revistas académicas y especializadas del país.

Mail de contacto:

lucasberone@yahoo.com.ar