
CÓMO LEER LOS TEXTOS: DE LA TEORÍA A LA PRÁCTICA

J.M. Pérez Tornero
Lorenzo Vilches

En la ordenación de los diferentes artículos se ha optado por presentar una estructura simple, no problemática, evitando los posibles prejuicios teóricos. Para ello se ha elegido el criterio puramente temático (el de los Medios) que permita al lector formarse, a su vez, el suyo propio sobre una ordenación más homogénea desde la óptica metodológica.

Sin embargo, un orden puramente ecléctico, como el de una distribución alfabética, arriesga desarticular la coherencia epistemológica dentro de la cual se mueven los autores. De este modo, se ha llegado al compromiso, —menos gratificante para el teórico pero más pedagógico para el lector no especializado— de agrupar los artículos por orden temático pero conservando entre ellos un doble criterio de homogeneidad: por una parte, haciendo que los temas fueran de lo abstracto a lo concreto en el universo de los métodos implicados; y por otra, poniendo en secuencias jerárquicas los textos sobre los medios concomitantes. De este modo, según el primer criterio, el tema inaugural es el de *teoría* y se cierra con una investigación empírica en el tema de la *arquitectura*. Según el segundo criterio, existe mayor homogeneidad entre *prensa y audiovisual* que entre *prensa y arquitectura*, por poner un ejemplo. Y si el artículo de Bettetini podría haber formado parte del tema *audiovisual* (por referirse también al cine y a la televisión), el universo teórico en el cual se mueve está mucho más cerca de la teoría teatral, razón por la que viene agrupado bajo este tema. Lo mismo ocurre con el artículo de Metz, que podría haber formado parte de *teoría*, pero se ha preferido enmarcarlo en el interior de *audiovisual*.

Pero el lector cuenta con más posibilidades. Así, el interesado en la teoría de la enunciación podrá elegir un itinerario propio, razón por la que hemos enumerado cada uno de los artículos aquí publicados. En la temática de la enunciación, por ejemplo, el lector «pescará» en los artículos 3, 6, 9, 10, 12, 13 y 17. Pero si le interesan los análisis concretos de la semiótica de /y los Medios, entonces «pescará» en 4, 5, 6, 7, 10, 11, 12, 13, 14, 16, 17 y 18. Pero habrá también numerosos lectores que busquen simplemente una información global sobre las actuales tendencias en la investigación semiótica de la comunicación de masas. A ellos les invitamos a leer lo que sigue, que puede llamarse una «introducción» tradicional, es decir, la explicitación sintética del contenido de los textos, donde se trata de señalar los puntos en común (allí donde los haya) de una misma preocupación teórica.

Es indudable que la semiótica, y en particular la semiótica de /y la comunicación de masas se ha visto interpelada y reforzada por las teorías no exclusivamente lingüísticas. Tal es el caso del diálogo entre la semiótica y la pragmática. Así, por ejemplo, la problemática del Discurso que aparece bajo diversas perspectivas a lo largo de todos los artículos aquí publicados, se desarrolla también en el amplio jardín de la pragmática moderna. Como se sabe, la pragmática tiene diversas interpretaciones. Su origen arranca de las teorías de Peirce y de Morris. Mientras que para Morris se trata de un campo de interacciones sociopsicológicas, para Peirce se trata, sobre todo, de una teoría de la experiencia y del conocimiento basada en los signos que dominan toda manifestación humana. Otro tipo de pragmática (Wittgenstein) toma cuerpo a partir de la filosofía del lenguaje y de la lógica, entendiéndola como un tipo de lenguaje formal. Por último, la pragmática moderna se refiere a la teoría que determina las condiciones según las cuales los textos son apropiados en relación con un contexto, es decir, como formalización de un sistema de reglas que posibilitan a los emisores y a los receptores conectar sus discursos a otros discursos idóneos.

El artículo de Berrio parte fundamentalmente de la aportación filosófica de la pragmática de Wittgenstein, valiéndose también de la intervención sociopsicológica de la teoría morrisiana. Pero es sobre todo el aspecto de la pragmática moderna a la que se refieren la mayoría de los textos aquí presentados; en cambio, se ha de señalar la importante ausencia de Peirce.

Desde una óptica teórica diferente, la preocupación epistemológica de Landowski le lleva a buscar los puntos de contacto entre la semiótica y las ciencias sociales. Estos se resolverían con la aportación, por parte de la primera, de una concepción original de la lectura capaz de superar las aproximaciones idealistas o positivistas de la tradición científica; trabajando, por ejemplo, el concepto de texto desde una visión generativa. Asimismo, la semiótica aporta principios metodológicos como el análisis immanente de los discursos sociales que sirven para revelar las reglas de funcionamiento de la competencia semiótica, para analizar todo el sentido (frente al análisis automático de la cibernética, por ejemplo).

También la preocupación epistemológica, aunque entrando ya en el campo de la comunicación de masas, lleva a Chabrol a criticar algunos conceptos claves de la semiótica, como el de la *connotación*. Una crítica, por tanto, a la tradición greimasiana y hjelmsleviana del análisis inmanente de los discursos sociales como única vía segura para dar cuenta de la enunciación textual. El objeto de análisis del texto debería ser, según lo anterior, inter-textual y no intra-textual. Esta visión tiene como punto de partida una aproximación psicossociológica e incluso etno-semiótica, es decir, eminentemente interdisciplinaria. En el ámbito de los discursos, se ha de diferenciar entre las estructuras semánticas comunes a los textos, y los niveles de superficie, que es donde aparecen las tipologías discursivas. Éstas pueden ser afrontadas por una pragmática como punto de partida para una clasificación social de los géneros en la comunicación de masas.

En uno de estos universos de género se sitúa V. Dijk realizando un trabajo empírico sobre la teoría del discurso aplicada a la noticia. Desde una perspectiva radicalmente diferente de la tradición francesa, aquí se utilizan las nociones pertenecientes al análisis estructural de los textos como son la distinción entre texto y discurso, las estructuras del discurso, las relaciones entre discurso, interacción y contexto social. El callejón sin salida a que habían llevado tanto los análisis cuantitativos del contenido como las taxonomías semiológicas de textos, pueden encontrar en los aportes de la lingüística textual y la pragmática un fértil terreno de investigación para el futuro.

Los siguientes análisis que completan el grupo de *prensa* son también empíricos. El artículo de Alcoba realiza un análisis lingüístico-textual del discurso de los titulares del periódico en el contexto de la *deixis*. A partir de los hábitos profesionales, el autor estudia el funcionamiento de un tipo de regla discursiva: el simulacro del tiempo en los titulares de prensa. Bastide, por su parte, analiza otro tipo de estrategia de la enunciación en la prensa: la posición del enunciador en los textos periodísticos de género científico-vulgarizador, y la del enunciatario-lector.

Con la intervención de Metz se retorna al terreno de la teoría con una interrogación sobre la posibilidad o imposibilidad de una aproximación generativa a la semiótica del cine. Una intervención histórica para los estudios del cine (y de ahí su recuperación en este número) y que en su momento despertó preocupación y desánimo en algunos investigadores porque apareció como una toma de posición de Metz sobre la ilusoriedad de una semiótica generativa aplicada al cine. Pero el objetivo de Metz es eminentemente pedagógico: plantear las exigencias de seriedad metodológica resaltando al mismo tiempo los nuevos aportes de los descubrimientos de la semántica generativa que permiten trabajar en el cine con procedimientos muy generalizados, sin paralizarse por la ausencia de una instancia gramatical o sintáctica. Ahora bien, algunos seguirán trabajando en la vía generativa (Chateau y Colin) mientras que otros, como Cassetti, han «redescubierto»

44 para el cine la teoría de la enunciación y, junto con la pragmática han desarrollado las posibilidades comunicativas del hecho cinematográfico. Su análisis, que aquí publicamos, sobre el funcionamiento de la enunciación en un programa televisivo es un botón de esta muestra.

Partiendo también de la teoría de la enunciación, pero haciendo jugar una competencia ampliamente interdisciplinaria donde caben además de la semiótica, la teoría de la comunicación, la psicología de la percepción y la pragmática, Vilches desarrolla una teoría del lector en una semiótica de la comunicación fotográfica, proponiendo el estudio de distintas funciones que realizan tanto el autor como el lector, que en principio podrían extenderse a otros medios audiovisuales.

También dentro del campo de los audiovisuales habría que situar una semiótica radiofónica que hasta el momento no existe. Bassets intenta una aproximación general al tema que podría originar un debate más a fondo, sin olvidar los aportes ya realizados en el campo semiótico, como la discusión entre motivación y arbitrariedad a la luz del iconismo.

La publicidad, que ha sido junto con el cine uno de los campos de la comunicación de masas donde más se han puesto a prueba los aparatos «empíricos» de la semiótica, también se ve sujeta a nuevas incursiones teóricas. Así Floch, criticando los conceptos de signo, comunicación y connotación que se han revelado poco productivos en la investigación semiótica (no sólo de la publicidad), propone profundizar en los conceptos de persuasión y manipulación, sobre los que trabaja actualmente la semiótica del discurso, sin olvidar el componente icónico y sus implicaciones «ideológicas» en relación con la dicotomía figurativo *vs.* no-figurativo (o, siguiendo al Groupe M, entre lo icónico y lo plástico).

En particular, Pérez Tornero analiza una serie de anuncios donde con propósitos pedagógicos intenta ofrecer un ejemplo de aplicación de categorías de la semiótica discursiva al estudio de la publicidad. Este análisis le servirá para originar la hipótesis según la cual una de las constantes más significativas del discurso publicitario es el tratamiento específico del tiempo y su incardinación en ciertas estrategias enunciativas correlativas.

Al igual que la publicidad, la semiótica de los cómics junto con la fotografía son un campo donde la teoría ha avanzado relativamente poco en cuanto a renovación de sus fuentes y metodologías. Tal vez por eso mismo haya necesidad de planificar una relación estrecha e imaginativa entre los elementos comunes en la investigación de estos medios. Con esta intención podría leerse el artículo de Duelle cuando analiza el aparentemente superior rendimiento del cómic sobre la foto en la tipología de los estereotipos gestuales; la relación entre los hábitos de percepción y creación y entre los imperativos económico-productivos y las tendencias estéticas.

Pero si la publicidad, los cómics y la fotografía gozan de un enorme consumo

y de una limitada teoría, el caso del teatro es paradójicamente el opuesto. Abocado a una larga crisis económica y creativa, la definición y los contenidos de la semiótica teatral parecen, al contrario, gozar de una gran productividad. Prueba de ello, los textos aquí propuestos. Comenzamos con Pavis (cuyo texto correspondiente a la expresión «semiología teatral» de su *Diccionario Teatral* nos ha gentilmente permitido publicar aquí) porque es un repaso histórico de las principales tendencias de investigación sobre el medio y, al mismo tiempo, una reseña crítica (por ejemplo, sobre el concepto de connotación barthiana, también cuestionado por Floch y por Chabrol) y conceptual, que desemboca en la propuesta de terminar con la especificidad del término «semiótica teatral» transformándolo en una «ciencia del espectáculo». Helbo, por su parte, refuerza la tendencia de Pavis proponiendo un análisis interdisciplinario bajo el ángulo del *espectáculo* como objeto de estudio semiótico: estudio de la relación espectáculo-destinatario; integración de las instancias colectivas de enunciadador/enunciatario; delimitación pragmática que contemple las condiciones de producción de la enunciación y la ideología.

La crisis de los géneros institucionales de la comunicación de masas afecta también a la teoría teatral. Perdida toda referencia a la especificidad se hace necesario construir un nuevo concepto que englobe, como principio semiótico, al cine, a la televisión y al teatro. Esta noción puede ser la de «puesta en escena» sobre la cual desde hace años Bettetini viene trabajando. Para este autor, como para Chabrol, no es la tipología de los discursos la tarea más importante del quehacer semiótico actual, sino las diferencias en las modalidades de enunciación y los usos sociales de los productos lo que ha de investigar una nueva teoría. En ese caso, por ejemplo, no sería necesaria una teoría del espectáculo sino una teoría de la *feria* para investigar la práctica del consumo de los medios. Al mismo tiempo, la disgregación de los géneros llegaría incluso a cuestionar el concepto mismo de enunciatario, que se vería disuelto como unidad receptora al debilitarse el sujeto de la enunciación.

Una demostración práctica de la ruptura de la especificidad, esta vez metodológica, es la investigación empírica sobre las funciones de la arquitectura realizada por Krampen. La insistencia sobre la interdisciplinariedad que tanto Chabrol como V. Dijk defienden programáticamente en este número de ANÁLISI puede producir experiencias de investigación que acerquen métodos tan contrastados como la semiótica y el análisis de contenido, para dar cuenta de procesos de lectura socio-retórica como el que aquí se concreta en la arquitectura.