

INTERPRETACIÓN, COGNICIÓN Y TEORÍA DE GÉNEROS TELEVISIVOS.

Bernardo Amigo Latorre

Centro de Estudios Mediales

Facultad de Comunicación e Información

Universidad Diego Portales

A. EL GÉNERO EN LA COMUNICACIÓN TELEVISIVA

Casi la totalidad de las teorías de la enunciación televisiva coinciden en que el género es una herramienta fundamental, tanto en la relación entre la cadena y el telespectador, como en el proceso de construcción de sentido de los programas.

A través del género la cadena televisiva regula las expectativas que construye el telespectador respecto al tipo de acto comunicacional que se realiza en un programa en particular. En el sentido inverso, el género es aquello que permite al telespectador evaluar la coherencia y el estatus de la enunciación en un programa específico. De esta manera, el género se convierte en un criterio fundamental, tanto para la producción de los programas televisivos, como para la interpretación de éstos.

"Un género es en la televisión, como en otras prácticas culturales, un medio para establecer con el destinatario, un contrato de lectura que enmarque su actitud de recepción, pero también de manera retroactiva, el trabajo de producción de mensajes emitidos. Incluso cuando el telespectador no es consciente de ello, el adopta, después de un recorrido de los índices del peritexto (anuncios, genéricos, etc.), o del texto mismo (verbal, visual, sonoro), una posición de lectura que orienta, en virtud de un acuerdo implícito, sus expectativas y sus actitudes". (Lochard, G. et Boyer, H., 1995, p. 100).

En tanto útil de interpretación del acto comunicacional que representa un documento determinado, el género permite distinguir la intención enunciativa del enunciado y, a través de esto, es lo que posibilita, en primera instancia, definir qué es lo que podemos o no podemos esperar de él. En tanto telespectadores, nuestras expectativas no serán las mismas frente a un documental que a un filme de ficción y, en cada caso, será el género el primer y más general principio de lectura y comprensión que evitará la confusión entre un discurso de realidad y otro ficcional, pese que muy a menudo no exista posibilidad de diferenciarlos en el nivel textual.

Un nuevo programa nunca aparece de manera aislada del influjo semántico que imponen los géneros televisivos. A partir de referencias explícitas (bandas de anuncios, publicidad) o implícitas (lugar en la parrilla de programación, similitud a otros programas, formas de presentación, etc.) la cadena y el programa mismo, permiten y estimulan expectativas específicas en los telespectadores.

"Un texto nuevo evoca en el lector (o en el auditor) un conjunto de expectativas y de reglas del juego

con las cuales los textos anteriores lo han familiarizado y, que con el transcurso de la lectura, pueden ser modulados, corregidos, modificados o simplemente reproducidos. La modulación y la corrección se inscriben dentro del campo donde evoluciona la estructura de un género; la modificación y la reproducción, son las que marcan sus fronteras". (Jauss, H-R, 1978, p. 51).

El género nos va a interesar, entonces, en la medida que representa la convención básica de lectura de un documento (en nuestro caso televisivo) y que permite al telespectador regular sus expectativas en función del estatus de realidad o de ficción del discurso en un programa en particular.

Cada una de las aserciones que hemos señalado respecto del género, son la materia de este capítulo y en su desarrollo tendremos oportunidad de profundizar en ellas. Para ello vamos a realizar un breve recorrido por los principales sistemas taxonómicos que se han construido para la clasificación genérica de los programas televisivos.

Sin embargo, con el objeto de fijar el marco general donde estos sistemas de clasificación de los programas de televisión cobran sentido, será necesario considerar antes un aspecto central en la construcción de toda teoría de géneros: el problema de la genericidad¹.

1. LA GENERICIDAD: CONSIDERACIONES TEÓRICAS GENERALES

Vista desde una perspectiva minimal, toda tipología genérica se presenta como una simple actividad de clasificación lógica de objetos específicos, ya sea que los consideremos textos, documentos, actos de discurso u obras.

Si esto fuera realmente así, una teoría de géneros se limitaría al establecimiento de los criterios de identificación unívocos entre los objetos y sus géneros. De esta manera, la fórmula lógica $X \in G$, donde 'X' representa a un documento determinado y 'G' a un género, sería suficiente para representar la relación de pertenencia que une a un texto a "su" clase genérica.

Sin embargo, esta relación de pertenencia del texto a una clase es mucho más compleja de lo que puede dar a entender una concepción tan general de los sistemas de clasificación genérica.

Basta preguntarse por el estatus de los nombres de los géneros, es decir, por el carácter que tienen las clases genéricas, o por el tipo de relación que une a los textos y a los géneros, para que surja nítidamente la complejidad.

¹ Traducción del francés de la noción de "généricité" utilizada por Schaeffer.

Por una parte, si bien los nombres genéricos son la única realidad tangible desde donde puede partir una taxonomía de los documentos de comunicación, ello no quiere decir que éstas se deban limitar a los nombres que históricamente han definido la pertenencia de un texto a un género. Junto a las denominaciones "históricas", que son aquellas que el uso habitual ha convertido en categorías más o menos regulares (y que por este mismo motivo responden a criterios de identidad sino confusos, por lo menos difusos), existen también las categorizaciones "teóricas", las cuales tienen por objetivo establecer categorías analíticas. Mientras las primeras (históricas), corresponden a la tradición de producción y consumo de los textos, las segundas (teóricas), buscan introducir un orden en las denominaciones con el objeto de hacerlas aprehensibles para el análisis.

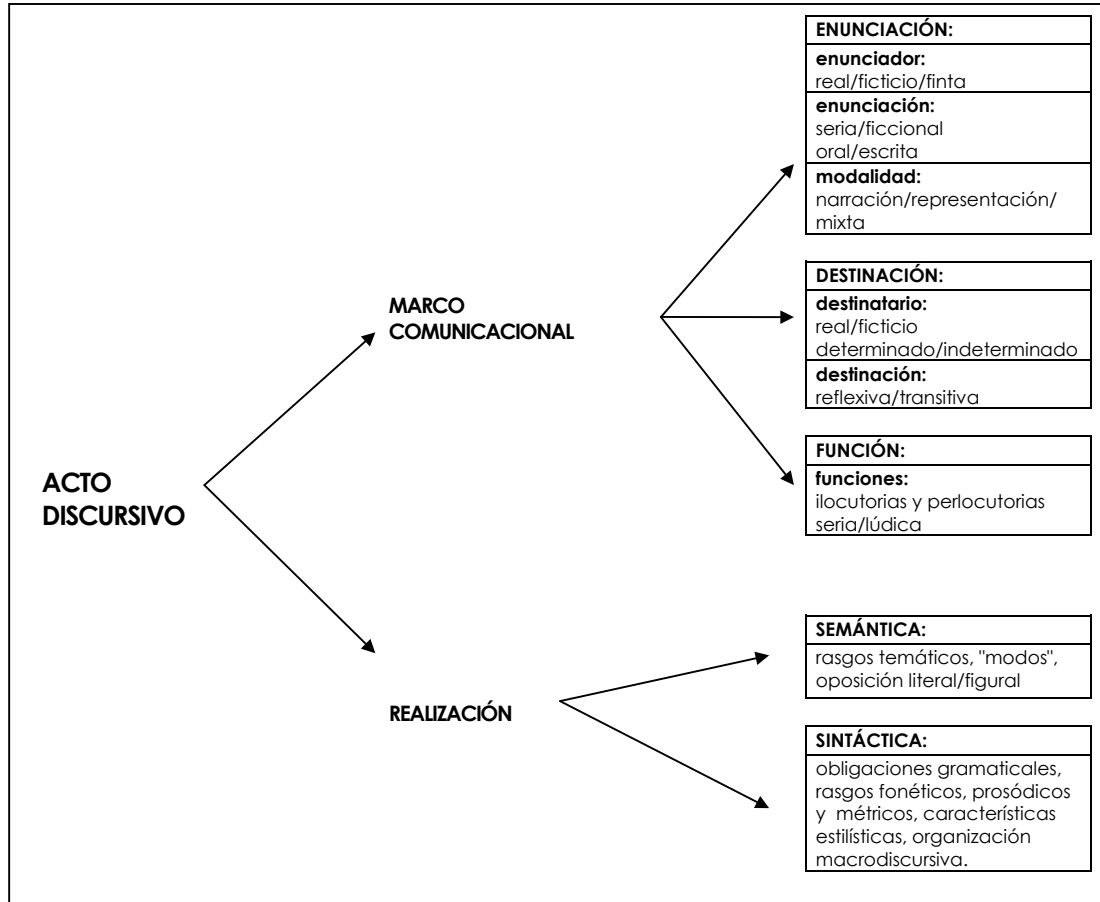
Por otra parte, a diferencia de lo que ocurre con los sistemas de clasificación biológicos, donde los individuos tienen ciertas características comunes porque pertenecen a una clase, en el caso de los textos y de los actos de discurso en general (y aun más ampliamente en el caso de todo artefacto cultural), los individuos pertenecen a una clase porque tienen ciertas características comunes. Es decir, mientras que la relación entre los textos y los géneros en una concepción biologicista va de la clase al individuo y, por lo tanto, supone una relación de pertenencia global (el individuo pertenece a una clase específica), la relación genérica efectiva de los textos a sus géneros va de los individuos a la clase, es decir, ella depende de una causalidad externa y, por lo tanto, las formas de pertenencia de un texto a un género son abiertas y multidimensionales. Esto es válido, tanto para la literatura, como para todos los documentos de comunicación mediática en general.

"Una obra literaria, como todo acto discursivo, es una realidad semiótica compleja y pluridimensional; por esta razón, la pregunta por su identidad no puede tener una sola respuesta. Siendo la identidad, por el contrario, siempre relativa a la dimensión a través de la cual se la aprehende. Una obra no es nunca solamente un texto, es decir, una cadena sintáctica y semántica, sino que también, y sobre todo, el cumplimiento de un acto de comunicación interhumana, un mensaje emitido por una persona determinada en circunstancias y objetivos específicos, recibido por otra persona en circunstancias y objetivos no menos específicos. Desde el momento en que uno se concentra en el acto discursivo, antes que sobre su simple realización textual, (...), la heterogeneidad de los fenómenos a los cuales se refieren los diferentes nombres de los géneros deja de ser escandalosa: el acto discursivo, en tanto fenómeno pluriaspectual, es completamente normal que admita varias descripciones distintas y, sin embargo, adecuadas". (Shaeffer, J-M., 1989, p. 80).

Esta relación multidimensional que designa el o los referentes de los nombres genéricos y las formas de pertenencia de un texto a un género, es lo que Jean-Marie Schaeffer (: p. 75) denomina genericidad.

Tomando como punto de partida el hecho de que todo documento es un acto discursivo complejo que corresponde, simultáneamente, a una realidad textual y a una realidad comunicacional,

Schaeffer (: p. 79 á 82) establece que la genericidad de un documento puede reenviarnos a cinco criterios de identidad diferentes, según se consideren: el nivel de la enunciación, de la destinación, de la función, o sus aspectos semánticos o sintácticos (ver cuadro N° 1).



CUADRO N° 1²

a. Nivel de la enunciación

En el nivel de la enunciación, tres fenómenos permiten establecer la identidad y la diferenciación genéricas de los documentos: 1) el **estatus ontológico del enunciador**, es decir, si se trata de un enunciador real, ficticio o finta³; 2) **el estatus lógico del acto de enunciación**, es decir, si se trata de una "enunciación de realidad" o de una "enunciación ficcional". Mientras el criterio anterior se refería al estatus de realidad del enunciador, este criterio está dirigido a distinguir la realidad de la

² Fuente: Schaeffer, J-M., 1989, p. 116.

³ Todo discurso puede ser reenviado, sea a un sujeto de enunciación real, sea a un narrador ficticio, sea a un sujeto de realidad finta, este último corresponde a un narrador ficticio que "aparenta" ser un sujeto de enunciación real (Hamburger, K, 1986).

enunciación enunciada; 3) **el modo de enunciación**, definido por la oposición platónica entre mimesis y diégesis o entre representación y narración. Este criterio busca establecer la identidad a partir de la forma de presentación de la enunciación, de la manera en que la enunciación es enunciada.

b. Nivel de la destinación

El nivel de la destinación corresponde a la dirección hacia la que está orientado el acto discursivo, es decir, se refiere al tipo de receptor que supone el documento. En este nivel se pueden distinguir: 1) el **carácter del destinatario**, es decir, si se trata de un destinatario determinado o indeterminado, si es un destinatario real o un destinatario ficticio; 2) el **carácter de la destinación**, es decir, si esta es reflexiva (donde el enunciador se dirige a sí mismo) o **transitiva** (donde el enunciador se dirige a un tercero).

c. Nivel de la función

Este nivel corresponde a la intención del acto comunicacional de un documento. Schaeffer establece dos grandes tipos de función: 1) el objetivo que cumple un enunciado, que comprende tanto los actos ilocutorios como los perlocutorios⁴ que definen los nombres y la identidad de una clase de documentos; 2) la distinción entre **función seria** y **función lúdica**.

d. Nivel semántico

En el nivel semántico de la genericidad, los elementos identitarios son: 1) los rasgos de contenido, es decir, los elementos relativos al tema o el motivo; 2) el estatus de la estructura semántica, es decir, la oposición entre el sentido literal o figural de un texto.

e. Nivel sintáctico

Este nivel corresponde al conjunto de elementos formales de realización del acto discursivo y que tienen por función codificar el mensaje, tales como los factores gramaticales, fonéticos, prosódicos, métricos, estilísticos, etc.

De estos cinco niveles en los cuales se juega la genericidad de un documento, aquellos que resultan pertinentes al análisis de la comunicación televisiva son los que corresponden a los tres primeros, concernientes al "marco comunicacional" (ver cuadro N° 1). De los otros dos, referidos a la realización del acto discursivo (semántico y sintáctico), sólo el nivel semántico resulta aplicable a este trabajo. Puesto que nuestro interés se concentra sobre todo en los aspectos comunicacionales que permiten la categorización de los programas de televisión y no en aquellos que corresponden al soporte de la comunicación, el nivel sintáctico no va a jugar un rol importante en nuestro análisis. Por otra parte, dicho aspecto, si bien es totalmente pertinente para la definición genérica de los actos de discurso verbales, su transfer a la dimensión audiovisual plantea problemas teóricos y metodológicos mayores, los que van más allá de los límites de este artículo.

Es evidente que la complejidad semiótica de un documento de comunicación, no puede ser reducida a una denominación genérica. La utilización de un criterio de identidad es siempre una elección que representa sólo una o algunas de las muchas formas de relación que un texto puede tener con un género. Por lo tanto, la genericidad va a ser siempre relativa a los niveles a partir de los cuales se define la taxonomía. No existe una identidad genérica absoluta.

"nunca es el texto total el que es identificado por un nombre de género, sino que a lo más, un acto comunicacional global". (: p. 130).

En este marco, nuestra tarea será establecer con claridad el nivel de la genericidad que pueda ser pertinente a nuestros objetivos de análisis del clip.

2. LÓGICAS DE LA GENERICIDAD TELEVISIVA

La diversidad de criterios que intervienen en la clasificación de un programa televisivo se puede observar, por ejemplo, en las diferentes denominaciones genéricas que puede tener un mismo programa. La emisión "**El Termómetro**" de canal 11 puede ser clasificada como un "magazin de información" (tomando en cuenta su intención comunicacional), como dentro del tipo "variedades" (en razón a sus contenidos) o, incluso, como un Talk Show (que tiene como criterio la situación de palabra de los participantes).

⁴ La Teoría de los actos de lenguaje (Austin, J. L., 1962) estableció que en enunciando una frase cualquiera, se cumplen tres actos simultáneos: 1) un acto **locutorio**, que se cumple por el simple hecho **de** decir algo; 2) un acto **ilocutorio**, que se cumple **diciendo** algo; 3) un acto **perlocutorio**, que se cumple **por el hecho de decir** algo.

Por otra parte, los objetivos a partir de los cuales se establecen las taxonomías genéricas de los programas de televisión, responden a intereses clasificatorios totalmente diferentes. Por ejemplo, un sistema de clasificación desarrollado para la medición de la audiencia por las empresas de marketing, apoyados en criterios de consumo por grupos sociales, edad o condición sexual, va a ser muy distinto a otro utilizado para optimizar la producción serializada de los programas televisivos, basado en la división del trabajo necesaria para la realización de los diferentes programas, o a uno destinado a dar cuenta de los procesos de comprensión de los telespectadores.

Existen, por lo menos, cinco lógicas taxonómicas distintas para la clasificación de los programas televisivos, las cuales están asociadas a objetivos específicos: las lógicas profesionales, las de regulación, la de archivo, la de la crítica y las lógicas de investigación.

a. Lógicas profesionales: optimizar la producción y fidelizar al telespectador

Los sistemas de clasificación genéricos que emanan del medio profesional televisivo, tienen el doble objetivo de normar y hacer más eficiente la actividad de producción y, por otra parte, de actuar sobre el telespectador creando expectativas específicas, a través de una proposición de sentido determinada, que permitan su fidelización.

i. La actividad de producción

En tanto industria cultural⁵, la televisión debe normar y estandarizar su producción en la perspectiva de su eficiencia. Los conjuntos y subconjuntos técnico-profesionales que corresponden a la división del trabajo en la industria televisiva, están fuertemente orientados por del tipo de programas que producen cada uno de ellos. Por ejemplo, la creación de departamentos de prensa, prácticamente autónomos del resto de los otros equipos de producción; la existencia de "áreas dramáticas" encargadas de la producción de telefilmes u otro tipo de programas ficcionales; las "áreas culturales" dedicadas a la producción de programas de contenido artístico y/o pedagógico-culturales; los equipos de producción de programas infantiles, etc.

En este caso el género (información, cultura, telefilme, etc.), opera como una segmentación, técnica y profesional, entre los diferentes equipos de trabajo la cual tiene por objetivo la organización y eficiencia de la producción serializada. Esta división del trabajo en función del tipo de producción, se

⁵ "Industria cultural", concepto acuñado por Theodor Adorno y Max Horkheimer, dos de los fundadores de la célebre Escuela de Francfort. Este término se refiere a la dimensión económico social e ideológica de la producción industrial y circulación comercial de bienes culturales.

traduce tanto en una especialización de equipos humanos y profesionales, como en la disposición de equipos técnicos adecuados a cada tipo de actividad.

ii. Actuar sobre el telespectador

Por otra parte, y de una manera más determinante en la construcción de sentido de los programas televisivos, la denominación genérica es un medio con el que cuentan los programadores para orientar y encuadrar las expectativas del telespectador con el objetivo de fidelizarlo, es decir, de crear y mantener una relación durable con él.

Un nombre genérico se constituye, así, en una propuesta de sentido que hace la cadena televisiva al telespectador, respecto de una emisión en particular: de un JT esperamos que nos informe de las noticias y de la actualidad del mundo; de una sit'com⁶ esperamos una representación ficcional cómica y liviana; de un juego televisado, que se respeten las reglas y que gane el mejor.

La pregnancia de las categorías genéricas institucionales es muy potente. La mayor parte de los nombres genéricos de los programas televisivos son endógenos, es decir, tienen su origen en el ámbito de la actividad profesional.

b. Lógicas de regulación: reglamentar

Las lógicas de regulación tienen como objetivo normar y controlar, desde el exterior de este media, la actividad comunicacional de la televisión en la sociedad. Ellas emanan de organismos e instituciones estatales o gubernamentales, la mayoría de las veces, especialmente creados para ello. Tal es el caso de organismos como el Consejo Nacional de la Televisión (CNT) en Chile, que tiene por función la regulación de la actividad, tanto de las cadenas televisivas abiertas y de cable, como del cine; le Conseil Supérieur de l'Audiovisuel (CSA) en Francia.

Puesto que estas instancias tienen como objetivo la regulación de la comunicación televisiva en la difusión, las tipologías que desarrollan están definidas por dos criterios principales: el público objetivo y los contenidos de los programas. Es así como se definen tipologías tales como "programas juveniles", "cultura", "información", "entretención", etc.

⁶ Sit'com: nombre genérico que corresponde a la contracción de "comedia de situaciones" en inglés.

c. Lógicas de archivo : indexar

Una lógica de clasificación que es funcional a todas las otras es la que tiene por objetivo el archivar los documentos televisivos. Tal es el caso del Instituto Nacional del Audiovisual - INA - en Francia, o de las diferentes mediatecas en el mundo entero.

La función intermediaria de estos organismos de archivo, resulta de su carácter de fuente para el conjunto de otras actividades relacionadas, no sólo con las lógicas comunicacionales, sino que también con aquellas de carácter económico, historiográfico o artístico.

Coherente con esta función, el género es concebido como un medio útil para la clasificación más general y, por lo tanto, no responde, necesariamente, a criterios comunicacionales, como en el caso de las otras lógicas de clasificación.

d. Lógicas de la crítica especializada: informar

La crítica televisiva es una labor orientada a la información del público (del telespectador) respecto de las diferentes emisiones televisivas, por lo tanto, la clasificación genérica desarrollada por esta lógica está, por lo general, apoyada en las nomenclaturas que ocupa industria televisiva para la difusión de sus productos.

Sin embargo, en la medida que la crítica de espectáculos o televisiva (cuando existe de manera diferenciada) está inserta en la actividad periodística, ella está sujeta a fuertes variaciones históricas, ideológicas e, incluso, de la moda o del estilo de cada media.

e. Lógicas de investigación: explicar la comunicación

Los problemas de clasificación en la investigación no son menos complejos que en otras áreas. Además de la exigencia de rigor y de coherencia lógica y científica, que la distingue de las otras que hemos señalado, la cantidad y diversidad de disciplinas que tienen como objeto de estudio a la televisión, y que corresponden a buena parte de las disciplinas y sub disciplinas que forman las ciencias sociales, tiene como consecuencia la existencia de sistemas taxonómicos basados en criterios epistemológicos totalmente diferentes.

A lo anterior debemos sumar la incesante variedad de objetos producidos por este media, situación que permite y exige una pluralidad de enfoques aun dentro de una mismo ámbito disciplinario.

Sin embargo, si bien son muchas las lógicas de investigación que han desarrollado sistemas de

clasificación genérica de los programas de televisión⁷, el ámbito de la investigación que más se ha interesado por el problema genérico en la televisión es el de la semiología de la televisión. A diferencia de otras lógicas de investigación que tienen al género como un artefacto para la indexación de los programas televisivos, para la semiología la problemática taxonómica respecto de la televisión es cualitativamente distinta, pues considera al género como una herramienta principal en la relación entre la cadena televisiva y el telespectador.

En esta área, el interés de la investigación respecto del género está puesto, principalmente, en su rol en el proceso de construcción de sentido de los programas televisivos. Por esta razón, la mayor parte de las propuestas de clasificación genérica de las emisiones, definen el género desde una perspectiva pragmática, donde el problema de la enunciación ocupa el centro de las definiciones de las tipologías. Es en el ámbito de la investigación de la comunicación televisiva donde se han propuesto los sistemas taxonómicos más consistentes.

B. EL ESPECTRO TEÓRICO RESPECTO DE LA GENERICIDAD TELEVISIVA

Pensar los géneros televisivos desde el punto de vista teórico exige considerar la existencia de lógicas taxonómicas tan diversas y heterogéneas como la complejidad del acto de comunicación que representan las emisiones de televisión.

Si todo texto es un "*objeto semiótico complejo*", inútil intentar una clasificación universal y definitiva. Más aun si se trata de documentos televisivos, puesto que en ellos se articulan materias de expresión de naturaleza heterogénea y polisémica, como son la imagen, la voz, la escritura, la música, los sonidos, etc.

Por este mismo motivo, tampoco se puede esperar que las tipologías genealógicas de los programas televisivos, respondan a un sólo y único criterio de clasificación.

"Toda clasificación genérica está fundada sobre criterios de similitud (...) La identidad de un género es, fundamentalmente, aquella de un término general idéntico, aplicado a un cierto número de textos".
(Schaeffer, J-M, 1989, p. 64).

⁷ Entre ellas, las aproximaciones sociológicas funcionalista de análisis de contenidos o la sociología crítica de la "Escuela de Francfort", por nombrar sólo dos ámbitos principales.

En otras palabras, toda tipología genérica reposa sobre una **teoría de la identidad** que permite construir un determinado tipo de relaciones de similitud entre los documentos. Por ejemplo, en literatura, el género de la octavilla corresponde a la aplicación de un criterio de identidad construido a partir de los aspectos métricos del texto y no de su función discursiva, como es el caso de la oda o la plegaria.

Como hemos señalado, al instar de Shaeffer, un programa televisivo es una realidad semiótica compleja, por lo tanto, el problema de su identidad no puede tener una sola dimensión.

Cuando se trata de sistemas taxonómicos no científicos⁸, los cuales Schaeffer denomina "*históricos*", los criterios de identidad son muy relativos y difíciles de discernir. ¿que criterio común de genericidad puede haber entre la denominación "Soap-opera" y la de "Telenovela" o entre una "Variedad" y un "Magazin"? Por el contrario, aquellas taxonomías de pretensiones científicas, "*teóricas*" en la denominación de Shaeffer, tienen justamente, por objetivo la construcción de sistemas coherentes basados en criterios de identidad sólidos y consistentes.

En función del criterio de identidad utilizado, es posible reconocer dentro del ámbito de la semiología de la televisión, tres grandes tipos de propuestas respecto de la genericidad, según ellas consideren una identidad en el nivel: 1) "semio-lingüístico; 2) sociodiscursivo (semio-sociológico o socio-semiótico⁹) ; 3) o cognitivo (semio-pragmático o semio-cognitivo¹⁰).

1. IDENTIDAD LINGÜÍSTICA

Un primer criterio de clasificación taxonómica de los documentos televisivos (también el primero en manifestarse en la discusión semiológica respecto de la televisión), tiene como punto de partida la constatación de una identidad entre el lenguaje televisivo y el lenguaje cinematográfico.

Según Christian Metz (: 1971):

⁸ En los nombres genéricos utilizados por la práctica profesional, por ejemplo, el criterio de identidad puede variar desde aspectos absolutamente técnicos, como en el caso de la denominación video-clip que alude al soporte material del documento y a la vez a su función programática (un clip es un programa corto que puede ser insertado allí donde sea necesario llenar los espacios vacíos de la programación), a otros referidos a la función o a sus efectos comunicacionales, como es el caso de la sit'com.

⁹ La "sociosemiótica" es definida por Eliseo Verón como : "*una teoría de los discursos sociales*". (: 1982, p. 100).

¹⁰ Si bien aun no se puede hablar con plena propiedad de una aproximación semio-cognitiva en el análisis televisivo, esta denominación permite distinguir entre la propuesta "sémio-pragmatique" de Roger Odin, y la de Françoise Jost, esta última, teniendo como referente principal la pragmática anglosajona, introduce un punto de vista cognitivo al análisis desde el momento en que se interesa en los procesos inferenciales de interpretación espectral.

"El cine y la televisión, en el fondo, no son otra cosa que dos lenguajes vecinos, pero que empujan esa vecindad mucho más lejos que los otros lenguajes entre sí. En el seno de cada uno de ellos los rasgos físicos pertinentes y los códigos específicos que pertenecen a uno y al otro, son mucho más importantes que aquellos que no les pertenecen. (...) El cine y la televisión son dos versiones tecnológica y socialmente distintas, de un mismo lenguaje que se define por un cierto tipo de combinación entre palabras, música, ruidos, grafismos e imágenes en movimiento". (Metz, Ch., 1971, p. 180).

En otras palabras, cine y televisión serían dos "variedades textuales" de una misma clase de lenguaje, lo que no quiere decir que las diferencias entre estos dos medios sean despreciadas por este punto de vista. Por el contrario, la distinción es precisamente la base a partir de la cual esta concepción puede construir una tipología genérica.

Luciano Alvarez García, en su libro "Poétique du direct télévisuel" (: 1985), desarrolla la idea de que la distinción principal de la televisión respecto del cine es, justamente, la posibilidad de emisión en directo de imágenes y sonidos. El directo, según el autor una "especificidad televisiva absoluta", es la única clase de textos que el cine no puede producir y que, además, constituye la forma más desarrollada del discurso televisivo. Esta diferencia fundamental entre los dos medios es asumida como una variedad tipológica dentro de un sistema de referencia más amplio que engloba al cine y a la televisión, y que Alvarez denomina el "audiovisual-cinético".

"El cine y la televisión apelan a formas a veces distintas de organización de sus materias (expresión y contenido), como resultado de compromisos tecnológicos, sociales, políticos o psicológicos (...) todas estas diferencias están en el origen de los diferentes géneros, es decir, de los diferentes sistemas textuales particulares (...) Incluso en su especificidad, el directo televisivo participa de los recursos generales otorgados por el audiovisual-cinético" (Alvarez, L, 1985, p. 18 - 19).

De esta manera, el criterio de identidad lingüística va a permitir diferenciar las distintas expresiones posibles dentro de la identidad tipológica que representa el cine y la televisión y que están comprendidas en el "audiovisual-cinético", en tanto categoría de referencia de ambas expresiones mediáticas.

Dentro de una propuesta como esta, el tipo de fenómenos a que van a estar referidas las categorías genéricas corresponderá a la distinción de "sistemas textuales particulares", es decir, se ubicará en el **nivel de la realización** que define Schaeffer.

2. IDENTIDAD SOCIODISCURSIVA

Un segundo tipo taxonomía genérica que se ha desarrollado, es aquel centrado en los rasgos de la singularidad sociodiscursiva de la televisión. Este cambio de eje de pertinencia disciplinario respecto del criterio de clasificación anterior, va a determinar que la lógica de clasificación de los documentos responda a las funciones y efectos sociales de los discursos televisivos.

El impulso fundador de esta tendencia de la semiología de la televisión, es el artículo de Eliseo Verón *"Il est là, je le vois, il me parle"*, donde el autor argentino, a partir del análisis de un género televisivo particular como es el JT, señala las bases de una sociosemiótica general :

"Ella [la teoría de los discursos sociales o sociosemiótica] parte de los discursos sociales (discurso político, publicitario, de información, literatura, conversaciones en contextos cotidianos o institucionales determinados, etc.), ella intenta comprender sus propiedades y sus modos de funcionamiento en el seno de una sociedad determinada, considerando que su estatus de objetos sociales determina los otros niveles del sentido" (Verón, E, 1982, p. 102).

A diferencia de lo que ocurría en una tipología construida a partir de la identidad lingüística, donde cine y televisión no son sino variedades de un mismo lenguaje, el acento en la identidad sociodiscursiva va a definir una fuerte diferenciación entre los dispositivos del cine y de la televisión. Así, esta propuesta conduce al desarrollo de tipologías autónomas y singulares para la televisión.

Este criterio de identidad concibe los géneros televisivos como *"interfaces significantes"*, es decir, como dispositivos situados en el punto de articulación de la producción y de la recepción de los textos, que permiten la construcción de sentido social. Es por esta razón que los sistemas genéricos que se derivan de esta aproximación sociodiscursiva de la comunicación televisiva, son tan diversos como complejos y van a depender del énfasis que cada autor ponga en los niveles de análisis y de discriminación que le son propios. Testimonio de ello son las tipologías genéricas de Lochard y Soulages (: 1998); de Patrik Charaudeau (: 1997-a) o de Noël Nel (: 1997).

"Muy seguido se ha remarcado que la televisión está particularmente adaptada a ingerir las características formales de los medios que la han precedido (...) esto no debe desanimar la investigación en torno a la coherencia posible de la acción televisiva y de las lógicas que ella desarrolla (...) A través de la expresión 'habermasiana' de acción comunicacional, yo busco sentar las bases de una teoría de la acción social bajo la forma comunicacional, muy exactamente mediática y muy precisamente televisiva. En el campo mediático, el cual sería necesario aproximarse desde un triple punto de vista filosófico, sociológico e histórico, se despliegan formas sociales de comunicación

iniciadas por la televisión". (Nel, N, 1997, p. 41).

La complejidad disciplinaria que plantean, por su parte, los modelos de Lochard-Soulages y Charaudeau, se ve reflejada en la necesidad de integración de diferentes niveles de pertinencia para el análisis y para la definición de las tipologías genéricas. Por ejemplo: el "lugar de las condiciones de producción"; el "lugar de la construcción del discurso televisivo; el "lugar de la interpretación" (Lochard, G, et Soulages, J-C, 1998, p. 89) ou (Charaudeau, P, 1997-b, p.p. 15 á 22).

"El primero de estos lugares de análisis es, desde una postura sociologizante, un foco de interrogantes sobre las prácticas profesionales y los objetivos de influencia que sostienen la puesta en obra de los proyectos de palabra televisiva (programación y programas). El segundo, es por definición aquel de una aproximación semiolingüística o semiodiscursiva de los productos, aprehendidos en sus diferentes niveles de actualización lingüística: icónico-visual, lingüístico, discursivo, vocal. Por último, el tercero es aquel (aun más abierto) de las aproximaciones sociológicas, antropológicas y psicosociológicas de los procesos de recepción de los productos televisivos". (Lochard, G, et Soulages, J-C, 1998, p. 90).

Situándose de manera privilegiada en el "lugar de construcción del discurso televisivo", entendido como el cruce entre los "proyectos de influencia" (Charaudeau, P, 1995) y los diferentes "contratos y subcontratos" (Lochard, G, et Soulages, J-C, 1998) que se establecen entre la cadena televisiva y el telespectador, esta propuesta es el punto de encuentro de una semiología de la producción y de una semiología textual. La definición de las categorías genéricas se desarrolla en torno a la existencia de estos grandes pactos o contratos de relación entre la cadena (y más en general la TV en tanto media) y el telespectador: información, entretenimiento, lúdico, espectáculo, etc.

Los géneros son, desde este punto de vista, configuraciones textuales características que se construyen a partir del proceso de serialización de la producción televisiva y de ritualización de la comunicación mediática.

"Simples y autónomos para algunos, estas configuraciones textuales, cuando se articulan con otras, pueden dar lugar a la definición de amplios y heterogéneos 'complejos textuales' (el telediario o el magazine por ejemplo). Estas son estabilizaciones formales, objetos de denominación, más o menos consagrados por los usos sociales que pueden ser considerados desde esta óptica, como géneros sumisos a actos siempre provisorios de clasificación". (Lochard, G, et Soulages, J-C, 1998, p. 103).

Planteada en estos términos, las categorías de programas televisivos que resultan de un modelo como este, se van a traducir en "dispositivos de mediatización televisiva, que movilizan

procedimientos lingüísticos característicos y reveladores de estrategias de discursos específicos". (Op. cit., p. 102).

3. IDENTIDAD COGNITIVA

Por último, un tercer tipo de taxonomía semiológica de los programas televisivos, es aquella que tiene como punto de partida las dinámicas cognitivas involucradas en la comprensión de un documento televisivo. Los elementos que van a definir las categorías genéricas dentro de un criterio de identidad como este, son las representaciones mentales, los procesos memoriales y, principalmente, las tareas inferenciales de interpretación en recepción.

"Podría decirse que hay género desde el momento en que, para pensar o interpretar un programa, se le ordena dentro de una categoría más vasta que facilita la operación. Ese impulso que nos proyecta de lo desconocido hacia lo conocido (...) podría ser la ley del género". (Jost, F, 1997, p. 13).

Representada, de manera más o menos difusa, por el análisis semio-pragmático de la "neo-televisión" de Francesco Casetti y Roger Odin (: 1990) y por los trabajos de Dominique Pasquier (: 1994, '98-a, '98-b) sobre la serie "*Hélène et les Garçons*", y de manera más consistente, por el análisis pragmático de la recepción de Dominique Chateau (: 1998) y, sobre todo, por las propuestas teóricas de Françoise Jost (: 1995, '96, '97, '98-a, '98-b, '99, 2001-a y '01-b), esta tendencia aun no constituye un territorio autónomo y diferenciado dentro del ámbito de la semiología de la televisión, y sus fronteras se confunden, a menudo, con aquellas del análisis pragmático de corte sociosemiótico o semiolingüístico, de los cuales es tributaria.

En este sentido, la distinción que hacemos aquí entre esta tendencia de análisis y la anterior, no está dada porque ella se presente como una oposición, negación o superación de la pragmática, sino que por el contrario, se funda en el hecho de que ella incorpora al análisis de los procesos relacionales y enunciativos de la comunicación televisiva, una perspectiva focalizada en los procesos inferenciales y cognitivos de comprensión espectral, la cual no existe, o no es protagónica, en las otras.

A diferencia de lo que ocurre en una tipología construida a partir de un criterio de identidad sociodiscursiva, donde las categorías responden a las funciones y efectos sociales de los discursos televisivos y, por lo tanto, son específicas de la comunicación televisiva, un modelo de géneros basado en una identidad cognitiva, conduce al desarrollo de tipologías globalizantes, las que no se limitan sólo a la comunicación televisiva, sino que son solidarias con una perspectiva de explicación

más general de la construcción de sentido de los documentos de comunicación en general.

"Cuando se rechaza, como yo lo hago, la división fácil entre buenos telespectadores – esos que siguen las leyes de la narratología - y los malos – todos los otros -, es necesario advertir que la comprensión espectral no es posible pensarla como simétrica al modelo genético, es decir como una simple decodificación de un dispositivo enunciativo. Es verdad que las imágenes proyectadas en la pantalla no son otra cosa que sombras y luces, que los personajes de la novela no son más que seres de papel, que los personajes de un filme son como marionetas animadas por un ventrílocuo: nosotros sabemos todo eso. Sin embargo, tal como lo ha planteado Arthur Danto, (...) 'no es posible reducir una obra a su soporte material ni identificarla con él': la obra exige ser interpretada". (Jost, F, 1992, p. 42).

Este criterio de identidad cognitiva concibe los géneros televisivos como herramientas de interpretación de los programas, en el nivel espectral, basándose en la idea de que esta labor de interpretación reposa, principalmente:

"no en la similitud perfecta del profilmico y nuestro mundo, sino que en el reconocimiento de un universo cognitivo común". (Jost, F, 1992, p. 43).

Al igual que en las tipologías construidas a partir de un criterio de identidad sociodiscursiva, en la aproximación cognitiva el género es uno de los elementos principales en el establecimiento de la relación entre la cadena y el telespectador. Pero además de ello, es el elemento que permite la puesta en marcha de los procesos inferenciales de comprensión espectral, concebidos como la construcción de hipótesis interpretativas pertinentes a partir de los índices que aporta la enunciación televisiva.

En otros términos, el género es una herramienta para la construcción de pertinencia interpretativa que condensa los saberes y creencias del telespectador sobre el estatus de realidad de las emisiones y, en una dimensión más amplia, sobre la comunicación televisiva misma.

4. LA ENUNCIACIÓN Y EL TELESPECTADOR

Como resulta evidente, cada una de las tres perspectivas sobre la genericidad televisiva que acabamos de señalar, son el resultado de tres aproximaciones teóricas diferentes respecto del problema de la comunicación mediática y, por lo tanto, ninguna de ellas es completamente reductible a las otras. Esta irreductibilidad nace del hecho que ellas parten de supuestos

epistemológicos distintos y que apelan a metodologías de análisis también diferentes.

Sin embargo, y pese a sus importantes incompatibilidades, estas propuestas tampoco pueden ser consideradas como sistemas antagónicos, puesto que no se nos presentan como "teorías generales de la comunicación televisiva". Es decir, no intentan ser modelos explicativos del conjunto del fenómeno, sino que más bien, ellas son pertinentes al análisis de un área específica de la complejidad semiológica de este medio: su aspecto lingüístico, su carácter sociodiscursivo y su dimensión cognitiva. En otras palabras, ellas buscan explicar un aspecto particular de la comunicación y no "la" comunicación televisiva en general.

En este contexto, aquello que nos va a interesar de manera principal, es la pertinencia de las perspectivas señaladas y de los modelos de clasificación genéricos que se desprenden de cada una de ellas. Como señalamos antes, la atribución (el reconocimiento) del estatus de realidad o de ficción de la enunciación en un programa televisivo, va a estar determinada por el posicionamiento del telespectador y por los criterios de apreciación de la intención enunciativa. Por lo tanto, aquello que va a definir nuestro interés teórico, será el rol que asignan al telespectador y el lugar donde ubican el problema de la intención enunciativa, cada una de las tres propuestas señaladas.

a. El texto enunciador

De inspiración estructuralista, la aproximación lingüística del género televisivo, acota el problema de la enunciación al texto.

"El enunciador se encarna en el único cuerpo que tiene disponible: el cuerpo del texto, es decir en una cosa (...) El enunciador es el filme, el filme en tanto foco o centro, orientado como tal, el filme como actividad". (Metz, Ch, 1991, p. 26).

De esta manera:

"La enunciación puede ser reconstruída según un simulacro lógico-semántico elaborado a partir solamente del texto". (Greimas, A-J, et Courtes, J, 1993, p. 171).

Pese a que el principio de pertinencia definido por esta propuesta es el de tratar los textos como unidades de discurso, su concepción limita la discursividad a los márgenes del texto (del programa) y, por lo tanto, excluye o relega a un plano secundario, los problemas relacionados con los contextos, la producción y la recepción.

El texto (el programa) es considerado como un objeto de lenguaje y por lo tanto, intención enunciativa del realizador o de la cadena y el sentido del enunciado cobra realidad y se encarna en el código. Por esta razón el texto puede ser analizado de manera independiente de los contextos. Como consecuencia de esto, en el otro extremo, la labor del telespectador no es otra que la decodificar, correctamente, el programa.

La comprensión y la interpretación se suponen lineales y coherentes con la intención enunciativa del texto, por lo tanto, la significación surge del acto de codificación y decodificación. El lugar que asigna al telespectador este tipo de teorías es pasivo, puesto que su rol es el de hacer una lectura correcta y su posición está supeditada a la centralidad del texto. La intención es aquella que se encarna en el documento televisivo.

En esta perspectiva, la "realidad" o la "ficcionalidad" de un programa televisivo se desprende de sus características textuales. Este es el rol que se asigna a las "marcas de ficción", de los discursos audiovisuales de carácter ficticios, y los diéuticos o "marcas de enunciación" en los discursos de realidad. Coherente con esta postura, Luciano Alvarez, refiriéndose a los procesos de desficcionalización y construcción del verosímil en el directo televisivo, acota a los aspectos textuales-enunciativos, la posibilidad de reparar el estatus de realidad o de ficción de los programas :

"Cada sistema produce códigos (aquellos de desficcionalización entre otros) que son, por lo general, opuestos dialécticos a aquellos del sistema anterior (...) La desficcionalización puede ser considerada como la suma de los operadores que actúan como articuladores del verosímil necesario para eficacia del texto". (Alvarez, L, 1985, p. 110).

En la medida que esta tendencia de análisis está focalizada en los aspectos códicos y textuales, los conceptos de enunciación, enunciador y enunciatario, no están desarrollados como en las aproximaciones pragmáticas de la televisión.

b. Los dispositivos de enunciación

La aproximación sociodiscursiva, ubica la problemática de la enunciación, en el nivel de la relación entre la producción y la recepción de los mensajes televisivos. De ello intenta dar cuenta la noción de dispositivo de enunciación, introducida por Eliseo Verón (: 1983) y que posteriormente ha sido profundizada, reinterpretada o redefinida por él mismo y por muchos otros investigadores.

El término dispositivo de enunciación busca sintetizar todos los elementos discursivos que juegan un rol en la construcción de la relación entre la cadena de televisión y el telespectador, tales como las

características de la imagen, las características del discurso verbal, los aspectos analógicos de la comunicación humana (gestos, entonación, miradas), las características del sonido, etc.

Como es evidente, los alcances y objetivos de esta relación, sobrepasan con creces el ámbito de la cadena, en tanto instancia de difusión, y del telespectador, en tanto individuo receptor. La categoría de relación que se desprende de la noción de dispositivo está situada en el nivel social y corresponde a los procesos de negociación (o confrontación, según la óptica particular de cada autor) entre las "estrategias de influencia" de la cadena y las "competencias interpretativas" del telespectador. Por lo tanto los dispositivos de enunciación son dispositivos mediáticos específicos orientados a fines sociales estratégicos.

Desde el momento que consideramos a los dispositivos como configuraciones mediáticas estratégicas, es decir, como proyectos de influencia específicos que ponen en juego las competencias interpretativas del receptor, la atención del análisis va a estar focalizada en los objetivos enunciativos que persigue la producción del programa televisivo, antes que en los objetivos estratégicos o interpretativos del receptor.

La instancia de recepción (el telespectador) no configura los dispositivos (elementos centrales en el análisis) sino que está llamado a intelegibilizarlos o a interpretarlos. Por lo tanto, su acción dentro de este modelo, pese a no ser pasiva como en el anterior, ocupa un segundo nivel de importancia detrás de la instancia de producción. Su rol por lo general es el de **reconocimiento** de la intención enunciativa del enunciador.

"El fragmento de discurso no es más que uno de los dos términos de un sistema más complejo que comporta dos otros: la instancia de producción y la instancia de reconocimiento". (Verón, E, 1987, p. 207).

La aproximación desarrollada por Lochard y Soulages va en la misma dirección. Por una parte, establece la existencia de tres "regímenes canónicos" del dispositivo enunciativo de mediatización: el dispositivo de mostración, el dispositivo de ficción y el dispositivo de puesta en espectáculo (: 1998, p. 102). Todos ellos describen los objetivos enunciativos en producción. Por otra parte, asigna al telespectador un rol comunicacional, a partir de:

"una teoría de la intencionalidad que exige una participación activa de reconocimiento por parte de la instancia de interpretación". (Op. cit. p. 86).

Aun más comprometida en el análisis de la instancia de producción, es el planteamiento de Noël Nel

respecto del dispositivo televisivo. El investigador identifica el dispositivo televisivo con:

"El concepto de dispositivo estratégico entendido, a la manera que lo hace Michel Foucault, como una red de elementos heterogéneos que constituyen una formación, en un momento histórico dado, que responde a una función estratégica dominante". (Nel, N, 1998, p. 60).

En este contexto, la realidad o la "ficcionalidad" de la enunciación va a estar definida, principalmente, por la referencia a la "institucionalización"¹¹ del discurso. Es decir, por el conjunto de obligaciones textuales y contextuales que regulan los "modos" de ser de los mensajes televisivos¹², y que corresponden a la intención enunciativa de la instancia de producción.

c. La construcción espectacular de la enunciación

Como la anterior, la perspectiva "cognitiva" de la genericidad televisiva, ubica la problemática de la enunciación en la relación entre la cadena (instancia mediática de producción) y el telespectador (instancia espectacular de recepción). Sin embargo, a diferencia del aproximación sociodiscursiva, aquí se privilegia la explicación de los procesos de interpretación, en el polo de la recepción, antes que los de influencia o estratégicos de la producción.

La labor de interpretación de los mensajes televisivos por parte del telespectador, es concebida como una construcción inferencial a partir del levantamiento de los índices textuales y contextuales del programa televisivo, a diferencia del rol pasivo que se le asignaba en la perspectiva "lingüística" y del rol de reconocimiento que se le suele dar en algunos puntos de vista sociodiscursivos.

Esta perspectiva no tiene como preocupación el problema de la determinación de la intención del enunciador como en el caso del análisis de discurso y del análisis sociodiscursivo de origen semiológico. Pero tampoco considera que ella esté limitada a los márgenes del texto, como la concepción lingüística de la comunicación televisiva. La intención enunciativa es aquella que construye el enunciatario, la que no necesariamente corresponde a la intención "real" del enunciador.

"Para que un filme sea reconocido como una obra o para que un documento sea reconocido como un discurso de la realidad, (...) es necesario que el sea considerado como un artefacto de origen humano

¹¹ Respecto de la noción de institucionalización, ver: Odin, R, "Sémiopragmatique du cinéma et de l'audiovisuel. Modes et institutions", Mullern, J-E., *Towards a pragmatics of the audiovisual*, Munster, Nodus Publikationen, 1994.

¹² Los modos definidos por Odin son: ficcionalizante, documental, energético, espectacular, privado, estético y persuasivo. Op. cit.

y de destinación humana (...) Si bien esto no exige al lector encontrar la 'intención real' que preside a su concepción y fabricación – concepción solidaria de una teoría que ve en la obra un proceso de codificación y decodificación simétricos – ello supone que existe una presunción de intencionalidad".
(Jost, F, 1998-b, p. 14).

En otros términos, el objetivo del análisis es la definición de las posibilidades de interpretación que permite un documento televisivo en recepción, antes que los objetivos estratégicos del enunciador.

El estatus real o ficticio de un programa televisivo, estará determinado por el tipo de inferencias que es posible desarrollar a partir de los índices textuales y contextuales del programa. Por lo tanto, el programa será concebido como un artefacto de comunicación ostensiva-inferencial¹³.

d. Elecciones teóricas

Cada una de estas tres propuestas teóricas de las cuales se desprenden sistemas taxonómicos diferentes, hace abstracción o relega a un segundo plano aspectos que en las otras son principales. Mientras que para la perspectiva centrada en el texto los elementos contextuales no son importantes, para el punto de vista relacional los aspectos códicos del lenguaje televisivo son secundarios. Del mismo modo, mientras para una la enunciación es el texto mismo, para otra es un dispositivo complejo que considera las distintas dimensiones del discurso en su contexto social y cultural y para la otra, la enunciación es una construcción del telespectador a partir de los índices textuales y contextuales de una emisión.

Como hemos podido comprobar, el objetivo de "explicar la comunicación televisiva", que funda el interés de la semiología por los géneros, resulta muy amplio (e incluso ambiguo y engañoso) si no lo ponemos en relación con los aspectos específicos de la comunicación que cada aproximación teórica aborda y si no se hacen explícitos con claridad los límites de sus objetivos de análisis. En este mismo sentido, nuestra ambición tampoco puede ser intentar una respuesta definitiva al problema de la comunicación televisiva.

En otras palabras, la pregunta a la que debemos responder es ¿cuál de estas tres perspectivas teórico-metodológicas resulta más pertinente a nuestros objetivos de análisis y de categorización genérica de programas concretos de la parrilla de programación?

¹³ La referencia de Jost a la "Teoría de la Pertinencia" de Sperber y Wilson, es explícita, no así en el caso de Odin. Como veremos más adelante, la noción de "comunicación ostensiva-inferencial" es una de los pilares sobre los que el Jost apoya su punto de vista sobre la enunciación televisiva y, por esta misma razón, es lo que nos permite calificarla de "semio-cognitiva", aun cuando esta denominación pueda parecer algo prematura.

Por la vía de la primera definición que avanzamos respecto del género (instrumento que permite regular las expectativas de construcción de sentido del telespectador respecto de un programa en particular), aquello que se establece de manera implícita, es nuestro interés por la explicación del proceso que tiene como resultado la formación de expectativas en la recepción, es decir, en el nivel del telespectador.

"La creación de un texto implica, desde un primer momento, la elección: no existe el texto desnudo, ni el grado cero de la escritura. Por ejemplo, el acto de escribir un soneto, es al mismo tiempo el acto de privilegiar un régimen de convenciones reguladoras. Esto no quiere decir que un texto deba ser siempre abordado a partir de los aspectos genéricos privilegiados por el autor. En efecto, la decisión de abordar una obra según un régimen genérico antes que de otro, depende también de nuestros intereses cognitivos". (Schaeffer, J-M, 1989, p. 185).

En este marco, resulta evidente que nuestros objetivos de análisis parecen mucho más próximos a los planteamientos de una tipología que tiene como tarea la explicación de la recepción, que otra orientada a los aspectos relacionales del discurso televisivo o a las características textuales del programa.

C. EL GÉNERO COMO HERRAMIENTA DE INTERPRETACIÓN ESPECTATORIAL

Como hemos sostenido, el instrumento que permite a la cadena televisiva actuar sobre el telespectador y a éste último la construcción de un marco de pertinencia para la interpretación de un programa en particular, es el **género**.

¿Pero como se articulan estas dos nociones de interpretación y género?

Desde el punto de vista que hemos denominado "semio-cognitivo", la principal tarea del telespectador, en tanto componente humano esencial de la comunicación televisiva, es el saber interpretar los diferentes mensajes y programas que componen la comunicación televisiva.

La condición básica que permite interpretar un documento en general y un programa televisivo en particular, es la presunción de que en su origen existe una intencionalidad comunicacional.

"Cada vez que yo considero que algún ruido o que una inscripción sobre una hoja de papel constituyen, en tanto mensajes, un ejemplo de comunicación lingüística, debo admitir, entre otras cosas, que ese ruido o esa inscripción han sido producidos por un ser o por unos seres que se me

parecen más o menos y que para ello, han tenido alguna intención. Si considero el ruido o la inscripción como un fenómeno natural, como pueden ser el ruido del viento en los árboles o una mancha sobre el papel, yo los excluyo de la clase de comunicaciones lingüísticas, incluso en el evento que el ruido o la inscripción no puedan ser distinguidos de palabras habladas o escritas". (Searle, J, 1972, p. 53).

Atribuir una intención a un documento no es otra cosa que la construcción de una figura humana en su origen. Esto es tan válido para la comunicación lingüística, como para la audiovisual. Tanto la atribución de una intención, como la construcción de un responsable de una emisión televisiva, son siempre hipotéticas y contextuales. Es decir, es una posibilidad de explicación y no una demostración de ella. Por este motivo, no existe razón alguna para pensar que las hipótesis que son posibles de formarse siempre deban corresponder a la intención "real" o al sujeto responsable "efectivo".

En otras palabras, todo proceso de interpretación va a ser relativo a la situación concreta en que ella se realiza y, por lo tanto, no existen buenas o malas interpretaciones, sino más bien, aquellas que resulten pertinentes y las que no.

Sin embargo, el hecho de que el proceso de interpretación sea hipotético y contextual, no significa que sea aleatorio. Por el contrario, existe un conjunto de mecanismos inferenciales que permiten la formación de hipótesis correctas respecto del acto de comunicación.

Estos mecanismos inferenciales corresponden a un proceso lógico que, a partir de un cierto número de informaciones conocidas (premisas), pueden derivar nuevas conclusiones.

"Los procesos inferenciales son totalmente diferentes de los procesos de codificación. Un proceso inferencial tiene como punto de partida un conjunto de premisas y como fin, un conjunto de conclusiones que son lógicamente implicadas o, por lo menos, justificadas por las premisas. Un proceso de codificación, en cambio, tiene como punto de partida una señal y por finalidad, la reconstitución del mensaje asociado a la señal, a través del uso de un código subyacente. En general, las conclusiones no están asociadas a sus premisas por la acción de un código, y las señales no tienen por conclusión lógica los mensajes que ellos vehiculizan". (Sperber, D, et Wilson, D, 1989, p. 27).

En la medida que los seres humanos son "dispositivos eficaces de tratamiento de la información" (: p, 76) y que buscan "maximizar la eficacia del tratamiento de la información" (: p. 80), el acto de comunicación tiene por objetivo "hacer manifiesto" al receptor la intención enunciativa del emisor comprendida en el acto comunicacional. Para que una información pueda ser procesada por un individuo, esta tiene que constituirse en un acto de "**ostensión**".

"Un comportamiento que hace manifiesta una intención de hacer manifiesto algo, es un comportamiento ostensivo o de manera más simple, una ostensión. Mostrar algo a alguien es un caso de ostensión. Nosotros sostendremos que la comunicación intencional es también un caso de ostensión". (: p. 81).

Entonces, si el receptor puede reconocer un comportamiento o un documento como un acto comunicacional, es porque puede ver en él una intención de "hacer manifiesto" algo por parte del productor o del emisor: una ostensión. Pero, ¿qué permite inferir la intención de un acto de ostensión?

"Un comportamiento ostensivo permite inferir pensamientos. Esto es posible porque un comportamiento como tal comporta una garantía de pertinencia. El comporta esta garantía de pertinencia porque los seres humanos prestan atención automáticamente a eso que les parece lo más pertinente. [La tesis principal de Sperber y Wilson es (...)] que un acto de ostensión comporta una garantía de pertinencia y que ese hecho – que denominaremos como 'principio de pertinencia' – hace manifiesta la intención que sostiene la ostensión". (: p. 82).

Es justamente en este sentido que un género puede ser considerado una herramienta para la construcción de pertinencia interpretativa de los documentos televisivos.

En la medida que la denominación genérica hace manifiesto el estatus de la enunciación de un programa televisivo, ella corresponde a una ostensión del carácter del programa y es lo que permite al telespectador inferir su calidad de discurso de la realidad o de discurso de ficción.

Sin la existencia de la denominación genérica o de las marcas de género implícitas en los documentos televisivos (genéricos, títulos, régimen característico de focalización y de ocularización, etc.¹⁴), la interpretación en el nivel espectral resultaría mucho más compleja e incierta. Sin una matriz genérica a la cual reenviar los documentos televisivos ¿como trazar la frontera entre un documental y un filme de ficción, entre una parodia de un JT y un verdadero JT, entre un video clip y una ópera rock?

¹⁴ Una definición de estas nociones se puede encontrar en: ... Amigo, B, los capítulos III y IV de este trabajo.

D. BIBLIOGRAFÍA

ALVAREZ, L.

- *Poétique du Direct Télévisuel*. Louvain-la-Neuve, Ciaco Éditeur, 1985.

AMIGO, B.

- *Ni fiction, ni réalité*. Louvain-la-Neuve, Academia Bruylant, 2001.

AUMONT, J. ET MARIE, M.

- *L'Analyse des Films*, Paris, Nathan, 1989.

AUSTIN, J. L.

- *Quand Dire, c'est Faire*, Paris, Éditions du Seuil, 1970.

BORDWELL, D.

- *Narration in the Fiction Film*, Madison, The University of Wisconsin Press, 1985.

BOURDON, J. ET JOST F. (SOUS LA DIRECTION DE).

- *Penser la télévision*, Colloque de Cerisy-la-Salle, Juin 1997, Paris, INA / Nathan, 1998.

CASSETTI, F.

- « Les yeux dans les yeux », *Communications* n° 38, Paris, Seuil, 1983.

CHARAUDEAU, P.

- « Les conditions d'une typologie des genres télévisuels d'information » in *Réseaux* n° 81, CNET, 1997 (a).
- *Le Discours de Information Médiatique. La construction du Miroir Social*, Paris, Nathan/INA, 1997 (b).

CHATEAU, D.

- « Interprétance et activation : deux concepts clés d'une théorie de la réception télévisuelle comme pratique » in *Penser la Télévision*, Colloque de Cerisy-la-Salle, Juin 1997, Paris, Nathan Université, 1998.

DUCROT, O.

- *Dire et ne pas Dire. Principes de Sémantique Linguistique*, Paris, Hermann, 1972.

DUCROT, O, ET AL.

- *Les Mots du Discours*, Paris, Les Éditions de Minuit, 1980.

DUCROT, O, ET SHAEFFER, J-M.

- *Nouveau Dictionnaire Encyclopédique des Sciences du Langage*, Paris, Éditions du Seuil, 1995.

ESQUENAZI, J-P.

- « Le renouvellement d'un jeu de langage. Genres et canaux », in *Réseaux*, n° 81, CENET, 1997.

GENETTE, G.

- *Figures III*, Paris, Éditions du Seuil, 1972.
- *Fiction et Diction*, Paris, Éditions du Seuil, 1991.

GENETTE, G. ET TODOROV, T. (SOUS LA DIRECTION DE)

- *Théories des Genres*, Paris, Éditions du Seuil, 1986.

HAMBURGER, K.

- *Logique des Genres Littéraires*, Paris, Éditions du Seuil, 1986.

JAUSS, H-R.

- *Pour une Esthétique de la Réception*, Paris, Gallimard, 1978.

JOST, F.

- *Un Monde à Notre Image. Énonciation, Cinéma, Télévision*, Méridiens Klincksieck, 1992.
- « La feint du monde », in *Réseaux n° 74-75*, CNET, 1995.
- « Propositions pour une typologie des documents audio-visuels », in *Semiotica, n° 112 1/2*, 1996.
- « La Promesse des Genres », in *Réseaux n° 81*, CNET, 1997.
- « Des images et des hommes » in *Recherches en Communication, n° 8*, 1997.
- « Quand y a-t-il énonciation télévisuelle? » in *Penser la Télévision*, Colloque de Cerisy-la-Salle, Juin 1997, Paris, Nathan Université, 1998.
- *Introduction à l'Analyse de la Télévision*, Paris, Ellipses, 1999.
- *La télévision du quotidien. Entre Réalité et Fiction*, Paris, INA / De Boeck Université, 2001 (a).

LOCHARD, G, ET BOYER, H.

- *Notre écran quotidien*, Paris, Dunod, 1995.

LOCHARD, G, ET SOULAGES, J-C.

- *La communication télévisuelle*, Paris, Armand Colin, 1998.

METZ CH.

- « Le cinéma : langue ou langage? », in *Communications n° 4*, Paris, Seuil, 1964.
- *L'Énonciation impersonnelle ou le site du film*, Paris, Méridiens Klincksieck, 1991.

NEL, N.

- « Généricité, séquentialité, esthétique télévisuelles », in *Réseaux n° 81*, CNET, 1997.

ODIN, R.

- « Pour une sémiopragmatique du cinéma », in *Iris, n° 1*, 1983.
- *Cinéma et Production de Sens*, Paris, Colin, 1990
- « Sémiopragmatique du cinéma et de l'audiovisuel. Modes et institutions », in Mullern, J-E., *Towards a pragmatics of the audiovisual*, Munster, Nodus Publikationen, 1994.
- « La question du public. Approche sémio-pragmatique », in *Réseaux, n° 99*, CNET/Hermès Science Publications, 2000 (a).
- *De la Fiction*, Paris, De Boeck Université, 2000 (b).

PASQUIER, D.

- « Chère Hélène, les usages sociaux de séries collègue », in *Réseaux, n° 70*, CENET, 1995.

SEARLE, J.R.

- *Les Actes de Langage. Essais de Philosophie du Langage*, Paris, Hermann, 1972.
- *Sens et expression*, Paris, Les Éditions de Minuit, 1982.

SHAEFFER, J-M.

- « Du texte au genre », in Genette, G. et Todorov, T. (sous la direction de), *Théorie des Genres* Paris, Éditions du Seuil, 1986.
- *Qu'est-ce qu'un Genre Littéraire?*, Paris, Éditions du Seuil, 1989.
- *Pourquoi la Fiction?*, Paris, Éditions du Seuil, 1999.

SCHANK, R. ET RIESBECK, CH.

- *Inside Case-Based Reasoning*, New Jersey, Lawrence Erlbaum Associates, Publishers, 1989.

SPERBER, D, ET WILSON, D.

- *La Pertinence. Communication et Cognition*, Paris, Éditions de Minuit, 1989.

VERNET, M.

- « Genre », in *Lectures du Film*, Paris, Albatros, 1977.

VERON, E.

- « Il est là, je le vois, il me parle », in *Communications n° 38*, Paris, Éditions du Seuil, 1983.
- *La Sémiosis Sociale. Fragments d'une Théorie de la Discursivité*, Saint-Denis, Presses Universitaires de Vincennes, 1987.