

DE LA TEORÍA GENERAL DE LA ENUNCIACIÓN A LA ENUNCIACIÓN TELEVISIVA

Alberto Pereira Valarezo*

Resumen: El artículo se propone exponer, en forma didáctica, los fundamentos de la Teoría de la Enunciación – iniciada en los años setenta por Emile Benveniste –; y demostrar cómo estos principios, que aluden tanto a la dimensión discursiva como a la narrativa, pueden convertirse en valiosos auxiliares metodológicos para reconocer y comprender la trascendencia de la enunciación en el análisis de los textos audiovisuales, particularmente de la televisión. El tratamiento de esta categoría semiolingüística se ve enriquecido por las contribuciones de Oswald Ducrot y su Teoría de la Polifonía y la Argumentación lingüística, y por las visiones de Gianfranco Bettetine y, sobre todo, de Gustavo Orza respecto de las “huellas” o marcas de los sujetos, tiempos y espacios de la enunciación.

Palabras-clave: enunciación; enunciado; polifonía; enunciador; marcas audiovisuales.

Abstract: This paper proposes to discuss didactically the fundaments of the enunciation theory – which started in the seventies by Emile Benveniste – and to demonstrate how these principles, which can allude either to discursive and narrative dimensions, can convert into valuable methodological auxiliaries to recognize and understand the transcendence

* Alberto Pereira Valarezo (ecuatoriano). Maestría en Comunicación (2004) y Diploma Superior en Comunicación y Ciudad (2002), por la Universidad Andina Simón Bolívar, Sede Ecuador; profesor de Lingüística y Semiótica, Fac. Comunicación Social, U. Central del Ecuador. Obras: Semiótica y Comunicación, Semiótica: estrategia educativa (Comp.), Lingüística para Comunicadores (Comp.), Influencia Quichua en el Léxico de Zaruma (tesis pregrado). Escribe para publicaciones especializadas.

of enunciation in the analysis of audiovisual texts, especially those shown in television. Treatment of this semiolinguistic category is enriched by the contributions made by Oswald Ducrot and his Polyphony Theory and the linguistic argumentation, and by the visions of Gianfranco Bettetine and, most of all, of Gustavo Orza concerning the “footmarks” or markers left by the subjects, times and spaces of the enunciation.

Key words: enunciation; enunciate; polyphony; enunciator; audio-visual markers.

INTRODUCCIÓN

La presente reflexión teórica es parte de uno de los capítulos de la tesis de maestría en comunicación del autor, titulada “Discurso televisivo y narrativa audiovisual: perspectivas hermenéuticas de la enunciación”; investigación que fue realizada en la Universidad Andina Simón Bolívar, Sede Ecuador, el año 2004.

Los estudios de esta institución andina – especializada en posgrados –, en esta maestría, ofrece una visión multidisciplinaria, conocimientos especializados y de actualidad en comunicación social. Combina, así, una reflexión teórica con el análisis de problemas y casos concretos, en una modalidad de estudios semipresenciales, con una fuerte carga bibliográfica y de investigación.

El propósito fundamental de la tesis consistió en abordar la Teoría de la Enunciación en sus dos dimensiones: la discursiva y la narrativa. Propuestas, reflexiones y proyecciones que, teniendo en la lingüística su referente inicial, encuentran en los lenguajes audiovisuales un corpus empírico ideal de validación conceptual y hermenéutica, con el concurso de principios semióticos y narratológicos – principalmente.

La propuesta teórica de Benveniste es, sin duda, trascendental para los estudios de la comunicación, si consideramos el momento en la que aparece (1969); época en la cual el fervor estructuralista imperaba como opción metodológica que seguía alimentando los estudios antropológicos, lingüísticos, semióticos, psicoanalíticos, entre otros. Va a ser, en efecto, el momento en que irrumpía una categoría de gran proyección, puesto que significaba comenzar a dar pasos en firme para entender, entre otras cosas, cuáles eran los factores relevantes que debían considerarse en aquello que se había llamado – difusamente – contexto comunicacional o circunstancias; y, por ende, qué papel debían cumplir, sobre todo, los sujetos, los tiempos, los espacios, para dar sentido a los discursos y a las narraciones.

Estimamos que el abordaje de esta temática permitirá al lector tomar contacto con algunos aspectos de gran trascendencia teórica-conceptual que, en los momentos actuales, resultan clave para el entendimiento de una realidad comunicacional cada

vez más diversa y compleja; como lo son, por ejemplo, la neotelevisión, las interacciones vía Internet y las multioperaciones de los dispositivos móviles que se consagran en el llamado teléfono celular y en la misma computadora.

TEORÍA GENERAL DE LA ENUNCIACIÓN: DISCURSO, ENUNCIADO Y FRASE

Referente teórico ineludible de la teoría general de la enunciación y sus implicaciones discursivas es el nombre de Èmile Benveniste, quien desde los años setenta ya había reclamado la necesidad de recuperar al sujeto y las circunstancias en las cuales se inscribían los discursos. Así, la inmanencia lingüística comenzaba a ceder paso a la trascendencia discursiva. Todo un cambio de horizonte epistémico: lo que hoy, en términos generales, inscribimos en los estudios pragmáticos.

Con menos o más diferencias, la concepción inicial de Benveniste sigue, aún, iluminando la diversidad de proposiciones teóricas contemporáneas. Había dicho entonces el autor francés que:

La enunciación es este poner a funcionar la lengua por un acto individual de utilización. El discurso – se dirá –, que es producido cada vez que se habla, esa manifestación de la enunciación, ¿no es sencillamente el “habla”? Hay que atender a la condición específica de **la enunciación: es el *acto* mismo de producir un enunciado y no el texto del enunciado** lo que es nuestro objeto. Este acto se debe al locutor que moviliza la lengua por su cuenta. La relación entre locutor y la lengua determina los caracteres lingüísticos de la enunciación. [...] La enunciación supone la conversión individual de la lengua en discurso. [...] En la enunciación consideramos sucesivamente el acto mismo, las situaciones donde se realiza, los instrumentos que la consuman.¹

Encontramo-nos, así, frente a una realidad que se consagra en el proceso comunicacional. Ya no es el sistema al que hay que describir, sino que es menester dar cuenta de cómo se producen los sentidos, quién los produce, en qué circunstancias, cuándo, con qué medios o instrumentos, para y con quiénes, con qué intencionalidad... Es este acto de “*producir un enunciado*” (la enunciación) lo que nos inserta en un escenario amplio y más cercano a la subjetividad, a la intersubjetividad, a los efectos de la comunicación, a la diversidad extra y contextual, etc.; en definitiva, nos instala en el discurso; cuyas significaciones nos proyectan a nuevas opciones teórico-metodológicas, que, por supuesto, traspasan los límites de lo lingüístico, aunque esta disciplina siga siendo la matriz orientadora.

¹ Benveniste, Èmile, Problemas de lingüística general II, segunda edición, Siglo XXI editores S.A., México, 1978, p. 83-84. (Las negritas son nuestras).

A partir de los presupuestos semióticos expuestos por Greimas y Courtés en su “Diccionario”, cabrían dos maneras diferentes de conceptualizar la **enunciación**: la primera, se apoyará en la “*situación de comunicación*”, en el “*contexto psicosociológico*” de la producción de los enunciados (herencia saussuriana); en la segunda, la enunciación aparecerá como una instancia de mediación que garantice el enunciado-discurso²

según la primera acepción, el concepto de enunciación tenderá a aproximarse al de acto del lenguaje, considerado siempre en su singularidad; según la segunda, la enunciación habrá de concebirse como un componente autónomo de la teoría del lenguaje, como una instancia que prepara el paso de la competencia a la performance (lingüísticas), de las estructuras semióticas virtuales que deberá actualizar a las estructuras realizadas bajo la forma de discurso.³

Sin ser demasiado diferentes, sino, más bien, complementarias estas dos concepciones, no cabe duda que es en la segunda donde mejor se inscribe nuestro objeto de estudio; que, para su fundamentación más cabal, nos insta a definir otras categorías que nos serán de utilidad en el desarrollo de la investigación, como enunciado, frase y otras.

En efecto, en la línea argumentativa greimasiana – en la que nos estamos apoyando, en esta parte –, cabe concebir el **enunciado** como, a) una unidad de sentido (“magnitud”) que depende de la “*cadena hablada o del texto escrito, previa a cualquier análisis lingüístico o lógico*”; y, b) como el estado resultante del acto de la enunciación, “*independientemente de sus dimensiones sintagmáticas (frase o discurso)*”.⁴

En relación con el discurso, el enunciado no es más que la unidad menor, un constituyente de este discurso. “*En mi opinión* – dice el prominente Oswald Ducrot – *todo discurso está constituido por una sucesión de enunciados*”.⁵ Esto significa, entonces, que estructuralmente un discurso (*x*) puede fragmentarse en (*n*) enunciados. Sin embargo, hay que advertir que un discurso no se mide por su extensión o número de enunciados; sino, más bien, por los sentidos que produce. Así, un enunciado publicitario como los que suelen aparecer en las barras o carteles de una gran ciudad; por ejemplo, “*Dígale adiós a la gripe con la roja de Cheracol*”, es un enunciado; pero, a su vez, un discurso publicitario; un discurso-enunciado – si se quiere. Como es obvio, tampoco los sentidos de un discurso son la simple sumatoria de los sentidos de los

.....
² Greimas A. J. Y y J. Courtés, *Semiótica. Diccionario razonado de la teoría del lenguaje*, Editorial Gredos, Madrid, 1982, p. 144.

³ *Ibid.*, p. 144.

⁴ *Ibid.*, p. 146.

⁵ Ducrot, Oswald. *Polifonía y argumentación. Conferencias del seminario Teoría de la Argumentación y Análisis de Discurso*, Universidad del Valle – Cali, Talleres gráficos de Impresora Feriva Ltda., Cali-Colombia, 1988, p. 53.

enunciados que lo constituyen, sino una producción de sentidos generada por la misma dinámica discursiva (“*productividad semiótica*”) que deviene, precisamente, de ese entrecruzamiento de códigos y contextos – como ya se dejó expresado más arriba. De allí que, discurso y enunciado se encuentran en el mismo nivel de análisis; aquel que nos remite o se asocia con el “*habla*” saussuriana, con el proceso semiótico.

Ducrot, así mismo, deja bien claro que un enunciado debe considerarse como una de las múltiples y posibles realizaciones de una frase (léase también oración). Así resulta, entonces, que

el enunciado es una realidad empírica, es lo que podemos observar cuando escuchamos hablar a la gente. La frase por el contrario es una entidad teórica. Es una construcción del lingüista que le sirve para explicar la infinidad de enunciados. Esto significa que la frase es algo que no puede ser observado: no oímos, no vemos frases. Solamente vemos y oímos enunciados.⁶

A la hora de establecer diferencias entre la significación⁷ de la frase y el sentido del enunciado, Ducrot señala que éstas serían de cantidad y de naturaleza. Para entender lo cuantitativo no hay que hacer demasiados esfuerzos, pues un enunciado siempre dirá más que la frase que realiza.⁸

El enunciado, a diferencia de la frase, conlleva, sobre todo, una naturaleza pragmática; lo que, como se sabe, nos remite, de manera particular, a la intencionalidad o fuerza ilocutiva (solicitar, advertir, aconsejar, censurar, alabar, etc.) y a los efectos perlocutivos (contestar, obedecer, rechazar, negar...). En este sentido, podríamos decir que un enunciado está para ser interpretado (es una magnitud hermenéutica), mientras que una frase u oración es una unidad que puede analizarse, desestructurarse, siguiendo una lógica gramatical (sujeto, predicado, modificadores...). La diferenciación entre enunciado y frase es pertinente; de ahí que los estudios pragmáticos le presten una atención especial, dada la magnitud y el peso de la tradición gramatical a lo largo de la historia.

Efectivamente, considerados los avances de los estudios semiolingüísticos, la denominada teoría de la enunciación ha abierto nuevas y mejores posibilidades para ahondar y comprender la realidad discursiva que, finalmente, ha dinamizado el aparato teórico-metodológico de la comunicación en general. Y, sin lugar a dudas, una de las claves de esta mirada nueva es – como ya se había invocado en líneas precedentes – la recuperación del sujeto social de aquellas clásicas visiones de los modelos cibernéticos y funcionales.

.....
⁶ Ibid., p. 53.

⁷ La significación para Ducrot – en la obra aquí citada – consiste “... en un conjunto de instrucciones, de directivas que permiten interpretar los enunciados de la frase”. (Ver Op. cit., p. 58).

⁸ Ducrot, Oswald, op. cit., p. 57.

No son demasiadas las categorías que involucra la teoría de la enunciación; sin embargo de ello, las concepciones de éstas no son unívocas o, al menos, suficientemente conocidas en su diversidad. De allí que recurramos a opciones explicativas (breves) que nos den un marco general, pero suficiente para acercarnos a la comprensión del discurso televisivo, a partir de corrientes y autores de reconocida trayectoria que se ajusten a nuestras demandas.

Metalingüística de utilidad argumentativa para los fines antes señalados son, de manera particular, **enunciador**, **enunciatario**, **sujeto de la enunciación**, **sujeto del enunciado**; amén de otros derivados o relacionados con éstos, sin contar con las distintas tradiciones filosóficas, lógicas, lingüísticas y demás que confluyen en torno del sujeto. Greimas y Courtés, en su “Diccionario”, definen y sintetizan este complejo panorama, así:

Se llamará **enunciador** al destinatador implícito de la enunciación (o de la “comunicación”), distinguiéndolo así del narrador –equivalente al “yo”, por ejemplo– que es un actante obtenido por el procedimiento de desembrague e instalado explícitamente en el discurso. Paralelamente, el **enunciatario** corresponderá al destinatario implícito de la enunciación, a diferencia del narratario (por ejemplo: “El lector comprenderá que...”), reconocible como tal en el enunciado. Así entendido, el enunciatario no es solamente el destinatario de la comunicación, sino también el productor del discurso, al ser la “lectura” un acto de lenguaje (un acto de significar) muy similar al de la producción, propiamente dicha del discurso. El término “*sujeto de la enunciación*”, empleado a menudo como sinónimo de enunciador, abarca las dos posiciones actantes de enunciador y enunciatario.⁹

DE LA TEORÍA DE LA ENUNCIACIÓN A LA POLIFONÍA Y ARGUMENTACIÓN LINGÜÍSTICAS

Como se puede advertir, la teoría de la enunciación presupone un andamiaje teórico-conceptual que rebasa los objetivos de la presente investigación; mas no por ello podríamos dejar de expresar brevemente que, a pesar de las construcciones abstractas que se le atribuyen, existen ciertas marcas y rasgos de la enunciación que nos van situando en una posición privilegiada para analizar no sólo los discursos verbales, sino una multiplicidad de discursos no verbales, como el televisivo, que es nuestro objeto de estudio. A propósito, Vitorino Zecchetto, en “*La danza de los signos*” – después de recapitular a varios autores importantes –, se pregunta, entre otras cosas, *¿cómo hacer, entonces, para encontrar en el texto el sujeto de la enunciación y al enunciatario?* Y se responde desde la tradición de Benveniste, y a partir de las nuevas opciones:

.....
⁹ Op. cit., p. 148. Las negritas e itálicas de “sujeto de la enunciación” son nuestras.

- Mediante los deícticos: pronombres personales, adverbios, apelativos, tiempos del verbo... etc. En los audiovisuales son los planos, los movimientos de cámara, ciertos rumores o sonidos, etc.
- Pero también a través de los rasgos modalizantes, es decir, las maneras en que el sujeto de la enunciación o del enunciado se hace presente (por ejemplo, los modos de representarse).¹⁰

De esta manera, vamos extendiendo o extrapolando, poco a poco, ciertos modelos provenientes de la lingüística al dominio que nosotros hemos denominado semiolingüístico y, por supuesto, enriqueciéndolo en la dinámica transdisciplinar, hoy dominante en las ciencias. En este sentido, nos parece muy útil, por ejemplo, el aporte de O. Ducrot, quien desde una lógica semántica ha sabido construir lo que él ha llamado “*una teoría polifónica de la enunciación*”, mediante la cual ha demostrado, sobre todo, que en el sentido de un enunciado se hacen presentes diferentes sujetos, diferentes voces, con estatus lingüísticos diferenciados; ello implica, consecuentemente, que el autor de un enunciado no se expresa en forma directa, sino a través de, al menos, tres funciones distintas, que el autor francés denomina: *sujeto empírico* (SE), *locutor* (L) y *enunciador* (E).¹¹

“*El sujeto empírico SE es el autor efectivo, el productor del enunciado*”.¹² Es, en realidad – como bien lo reconoce el mismo Ducrot –, lo menos fácil de establecer en los medios masivos; pero, aparentemente, más obvio en tratándose de obras literarias, en las cuales el autor biográfico está asociado con este sujeto – podemos acotar por nuestra parte. Piénsese, por ejemplo, en el sujeto empírico del programa televisivo Gran Hermano, versión Ecuador (2003). ¿Quién sería el productor, el autor efectivo?: ¿La franquicia holandesa ideada por John De Mol?, ¿la coproducción ecuatoriana-argentina de Ecuavisa-Telefe?, ¿los coproductores y el personal técnico que intervinieron para hacer posible la edición y transmisión diaria del programa? He aquí un primer elemento interesante para nuestra reflexión que, por cierto, para Ducrot carece de mayor importancia, dado su acento semanticista¹³; mas no así para la visión pragmática y hermenéutica en la que se inscribe el presente estudio, en donde los contextos van a establecer precisamente la diferencia.

¹⁰ Zecchetto, Vitorino, La danza de los signos. Nociones de semiótica general, Ediciones Abya-Yala, Quito, 2002, p. 207.

¹¹ Op. cit., p. 16.

¹² Ibid., 16.

¹³ Al respecto, lo que dice Ducrot ilustra la posición de la lingüística inmanentista : “A decir verdad es una cuestión que como lingüista no me interesa mucho: la determinación del SE no es problema lingüístico. El lingüista y en particular el lingüista semantista debe preocuparse por el sentido del enunciado, es decir debe describir lo que dice el enunciado, lo que éste aporta. [...] El problema (importante) de la determinación del SE es más bien preocupación de los sociolingüistas o los sicolingüistas, que se formulan preguntas como ¿por qué el señor X dijo lo que dijo? Lo que a mi me interesa es sencillamente lo que dijo el señor X. Op. cit., p. 17.

De esta manera, el SE se lo podría asociar, más bien, a la *fuentes* de aquellos modelos de comunicación iniciales (Shannon, Schramm, Berlo, etc.); o, inclusive, se lo puede relacionar con el *destinador* del modelo actancial de Greimas; entendido éste como un actante, *fuentes* de la acción comunicacional que presupone al destinatario como *meta* de dicha acción; en particular, como

Destinador inicial, “fuente de todos los valores y especialmente de los *valores modales* (querer, poder, deber, saber-hacer/ser), susceptibles de dotar al sujeto-Destinatario de la competencia necesaria” (38, pág. 244) para su actuación cognitiva y ejecutiva.¹⁴

La segunda voz o sujeto de esta teoría polifónica de la enunciación la constituye el *locutor*, definido por Ducrot como “...el *presunto responsable* del enunciado, es decir la persona a quien se le atribuye la responsabilidad de la enunciación *en el enunciado mismo*”¹⁵. Nosotros diríamos que no necesariamente el locutor tiene que ser una persona – como se infiere de los propios ejemplos del autor¹⁶. En realidad, tiene que ser algo o alguien que se presente como el sujeto o entidad presuntamente responsable del enunciado. Ejemplifiquemos: supongamos que el autor de esta tesis pegara un aviso en la parte posterior de su automóvil con el enunciado “*Me están vendiendo*”; gracias a la distinción que se ha establecido entre la voz del sujeto empírico con la del locutor, en este caso el locutor resulta ser el automóvil, mientras el SE podría ser la esposa o el mismo dueño del vehículo, u otra persona. En el enunciado que nos sirve de ejemplo, el deíctico “*me*” nos remite al *locutor* automóvil; cuestión que demuestra que las funciones de estas dos entidades (voces) de la enunciación son diferentes; como analógicamente diferenciadas son, por ejemplo, las funciones entre autor y narrador en el discurso narrativo.

A propósito de lo mencionado, distinto sería el efecto significativo del enunciado “*Se vende*”; fórmula impersonal que, aparentemente, carecería de locutor – según el autor francés. En efecto, como otra consecuencia de esta diferenciación – entre otras cosas –, Ducrot afirma que muchos enunciados pueden carecer de locutor. Es el caso de los proverbios, ciertos dichos populares, los enunciados impersonales como: “*A Dios rogando y con el mazo dando*”, “*El que quiere celeste que le cueste*”, “*Se cree que ese fue el problema*”. Enunciados que – según O. Ducrot – denotan una carencia de locutor; mas, de ninguna manera, la ausencia de un sujeto empírico; asunto sobre el cual existe una diversidad de visiones y posiciones que, más adelante, retomaremos en la dimensión narrativa de la enunciación.

¹⁴ Citado por Kornblit, Analia, *Semiótica de las relaciones familiares*, 1° edición, Editorial Paidós, Sacif, Buenos Aires, 1984, p. 102.

¹⁵ Op. cit. p. 17.

¹⁶ Ibid., p. 18-19.

La tercera voz o sujeto de la teoría de la polifonía es el **enunciador** (E), que – según el mismo Ducrot – puede resultar un término equivocado, porque, por lo general, se lo ha relacionado con el productor del enunciado (sujeto empírico, en su concepción).¹⁷ Para evitar este equívoco, el autor aclara:

Llamo enunciadores a los orígenes de los **diferentes puntos de vista que se presentan en el enunciado. No son personas sino “puntos de perspectiva”** abstractos. El locutor mismo puede ser identificado con algunos de estos enunciadores, pero en la mayoría de los casos los presenta guardando cierta distancia frente a ellos.¹⁸

Es, en realidad, un término polémico por el posicionamiento que ha alcanzado la palabra enunciador en la mayoría de autores y escuelas semiolingüísticas; sin embargo, la concepción ducrotiana de esta categoría nos parece de lo más interesante y productiva para explicarnos la riqueza de perspectivas pragmáticas y hermenéuticas que, tanto las gramáticas de la producción como las del reconocimiento discursivas, nos pueden ofrecer al incorporar la teoría de la polifonía y de la argumentación al análisis del discurso, como intentaremos demostrar más adelante al asumir – en lo que sea dable – estas categorías a nuestro objeto de estudio.

Bástenos, por el momento, reconocer que las potencialidades discursivas de este *enunciador polifónico* (por diferenciarlo, de algún modo, de visiones como la greimasiana) pueden constatarse con mucha claridad en los enunciados de humor y de la negación. Veamos algo de lo primero: Ducrot califica de humorístico al enunciado que cumple las siguientes tres condiciones:

1. Entre los puntos de vista presentados por el enunciado, por lo menos hay uno que obviamente es absurdo, insostenible (en sí mismo o en el contexto).
2. El punto de vista absurdo no es atribuido al locutor.
3. En el enunciado no se expresa ningún punto de vista opuesto al punto de vista absurdo (no es rectificado por ningún enunciador). Entre los enunciados humorísticos llamaré “irónicos” aquellos en que el punto de vista absurdo es atribuido a un personaje determinado, que se busca ridiculizar.¹⁹

Ilustremos con el siguiente caso: En nuestro país, es muy conocido como se ironiza mediante “cachos” (chascarrillos) a las personas oriundas de la provincia del Carchi (apodados “pastusos”). Así, pongamos por caso que en el reality show *Z*,

¹⁷ “Seguramente me equivoco al escoger esta palabra, pero como ya la escogí me veo obligado a seguirla utilizando. Cuando pensamos en la palabra enunciador generalmente nos hacemos la idea de que se trata del productor del enunciado. Pero este no es en absoluto el sentido que le quiero dar a la palabra. [...] ... el enunciador no es ni el presunto responsable ni el productor real del enunciado, **es el responsable de los puntos de vista presentados en el enunciado**” Op. Cit., p. 66. (El resaltado con negritas es nuestro).

¹⁸ Ibid., p. 20. (Las negritas son nuestras).

¹⁹ Ibid., p. 20-21.

para matar el tedio del encierro, el participante *N* le contara al participante *M* el siguiente “cacho pastuso”: “*Dicen que un pastuso se va a su casa a hacerle el amor a su mujer; él que llega, ya ha estado hecho...*”

En el presente caso, la primera condición se cumple porque existe un **punto de vista** (enunciador) absurdo: “*encontrar hecho el amor*”. Como se sabe, el amor se hace. Este punto de vista absurdo no se le puede atribuir al locutor *N* – segunda condición cumplida. La tercera condición también se cumple porque no hay ningún punto de vista que se le oponga al punto de vista absurdo. El enunciado lo podemos calificar, además, de irónico – como casi todos estos cachos pastusos –, puesto que el punto de vista absurdo les es atribuido a todos los “pastusos”; que aquí, tal vez, se ve atenuado por la generalización.

En este ejemplo, el locutor presenta, al menos, los siguientes enunciadores (puntos de vista): Un primer enunciador (E1) es atribuible al sujeto empírico (SE) [*dicen*], que equivale a “*las malas lenguas cuentan*”, o algo que nos remita a la estrategia de despersonalización. Un segundo enunciador (E2) adhiere o identifica al locutor con el punto de vista del pastuso [*se va a su casa a hacerle el amor a su mujer*]; es decir, que el locutor, implícitamente, estima que el marido tiene que ir a su casa a “*cumplir las obligaciones propias a su estado marital*”. Un tercer enunciador (E3) atribuye el punto de vista a la mujer del pastuso, [*quien no ha sabido esperar a su marido para hacer el amor*]. En definitiva, el enunciado, en su integridad, ha servido para argumentar un acto de traición por parte de la mujer del pastuso; o, aún más, ratificar la simpleza e ingenuidad que se les suele endilgar a los pastusos.

Como se ve, el locutor – al que se le atribuye la responsabilidad de los sentidos del enunciado – adopta diferentes actitudes frente a los distintos puntos de vista que puede ofrecer el enunciado. Esta concepción de la teoría polifónica – como lo resalta Ducrot – tiene comparativamente ventajas muy significativas frente a los actos del habla de la filosofía del lenguaje; puesto que en ésta el locutor adopta una sola actitud en el enunciado; actitud que se expresa y manifiesta en la fuerza ilocucionaria²⁰ mientras la teoría de la polifonía y de la argumentación hace honor a tal denominación, como se ha podido constatar en los ejemplos antecedentes.

LA ENUNCIACIÓN AUDIOVISUAL

La incorporación de la enunciación al andamiaje comunicacional nos ha permitido tender un puente formidable entre una vieja y tradicional tendencia gramatical e, inclusive, desde una semiótica de la primera generación (centrada en el

.....
²⁰ Ibid., p. 68.

signo) hasta la prometedora orilla de la pragmática, donde el texto – discurso (instancias transfrástica y transígnica) denuncia indicial y explícitamente la subjetividad y la intersubjetividad. Al mismo tiempo, nos quiere recordar, también, que el lenguaje – nuestro interpretante universal- no sólo sirve para representar conceptualmente los entornos, generar nuevas realidades mediante acciones lingüísticas, y reafirmarnos como sujetos de pasiones y emociones; sino que, además – como nos lo recuerda Paolo Fabbri –, en el lenguaje intervienen instancias de enunciación muy variables, que inscritas en los textos tienen la virtud de transformar los relatos en discursos; entendido el *discurso* como “(*... el texto – de cualquier sustancia expresiva – que, además de representar algo, representa e inscribe en su interior la forma de su propia subjetividad e intersubjetividad*)”.²¹ De allí que la **pragmática** sea

...la “desimplicación” del texto de sus condiciones de comunicación. Parece algo abstracto – dice el autor italiano –, pero no lo es: quiere decir, sencillamente, que un texto lleva inscritas, en forma de sistema enunciativo, las representaciones de cómo quiere ser considerado dicho texto.²²

Y estamos hablando de cualquier tipo de texto: cinematográfico, musical, literario, arquitectónico, teatral, televisivo...; donde vamos a encontrar, en mayor o menor proporción, marcas y “... *simulacros de interacción inscritos en el propio texto mediante procesos de enunciación*”.²³ Cuestión que nos reafirma en la necesidad de explorar, hasta donde sea posible, esta pragmática intratextual dependiente de la semántica; así como sus conexiones contextuales que, en el caso de los textos audiovisuales, contempla una serie de factores, categorías y demás, que iremos asumiendo en el desarrollo de la tesis.

En este intento de ir abriendo camino para comprender mejor los aspectos fundamentales de la enunciación que nos conduzcan al análisis del discurso televisivo, no podríamos dejar de aludir – sucintamente, por el momento – a los **planos o formas de enunciación**, a través de los cuales el producto de la enunciación (enunciado-discurso, texto-discurso) se concreta. Estas dos formas de enunciación son la **discursiva** y la **histórica**;²⁴ nomenclatura que generalmente suele homologarse con **discurso** y **narrativa** o **narración**, respectivamente;

²¹ Fabbri, Paolo, El giro semiótico, primera edición, Editorial Gedisa, S.A., Barcelona, 2000, p. 84.

²² *Ibid.*, p. 85.

²³ *Ibid.*, p. 82.

²⁴ Lozano, Jorge, Cristina Peña-Marín y Gonzalo Abril. *Análisis de discurso*. Hacia una semiótica de la interacción textual, cuarta edición, Ediciones Cátedra S.A., Madrid, 1993, p. 102. A propósito, Cristina Peña-Marín en la nota de pie de página anota que ella utilizará como “... pares terminológicos sinónimos: *discours/histoire* (**discurso/historia**) (Benveniste); **histórica/experiencial** (Lyons) o **comentativa/narrativa**, como actitudes lingüísticas (Weinrich). (Las negritas son añadidas).

o, también, en ese mismo orden, **discurso y relato**. Pero, como bien repara Cristina Peña-Marín,

La mayoría de los textos no presentan formas puras de *discurso* o de *historia*, sino que, aun prevaleciendo alguna de ellas, pasan de una o otra. Al cambio de nivel de la actitud de comentar a la de narrar (o del *discurso* a la *historia*, o del texto subjetivizado al objetivizado) se ha llamado *débrayage* de la enunciación al enunciado y *embrayage* al proceso inverso que va del enunciado a la enunciación. Hablamos de cambio de nivel porque el adoptar una u otra forma instaura un distinto tipo de relación interlocutiva y afecta al sentido de lo enunciado, más concretamente al modo en que es percibido.²⁵

Asuntos de los cuales nos ocuparemos más adelante, de manera particular, cuando abordemos los aspectos clave de la narrativa que trascienden al discurso televisivo.

De esta manera, una vez que hemos comenzado a introducirnos en el escenario de nuestro objeto de investigación, es menester que reconozcamos y valide-mos, entonces, los antecedentes teóricos expuestos hasta aquí; y que, al haberse explicado desde la matriz lingüística, ya nos pueden dar la medida de las complejidades que tienen y los retos que demandan los lenguajes audiovisuales, como es el caso de la televisión. Implicaciones que devienen no sólo del aparato teórico-conceptual y sus estrategias enunciativas, sino de la puesta en escena, de las prácticas discursivas, de los contextos, de las ritualidades, etc. que conllevan las interacciones humanas en los que se inscribe el discurso televisivo. Compleja realidad comunicacional que nos obligará a ciertas delimitaciones que incluirán, entre otras, la adopción de un metalenguaje de cobertura más o menos generalizada²⁶ o, incluso, correspondiente a enfoques informacionales cuando de citas se trate; pero sin dejar de explicitar y utilizar la terminología que fuere necesaria.

Es el momento, entonces, de consignar una definición de enunciación audiovisual – inicial y, más bien, operativa. La tomamos del libro “Programación Televisiva”, de Gustavo Orza;²⁷ autor que, basado en las concepciones de reconocidos investigadores del discurso televisivo, nos propone la siguiente:

.....
²⁵ Op. cit., p. 110.

²⁶ Conscientes de la multivocidad metalingüística en la que nos vemos obligados a movernos – frente a las limitantes de levantar un andamiaje de ese orden, por no ser este el objeto de nuestro estudio –, nos remitiremos y utilizaremos – en términos generales – la nomenclatura de la Escuela Semiótica de París que ha sido sistematizada en el “Diccionario Razonado de la Teoría del Lenguaje” por Greimas y Courtés, que es coincidente, en gran medida, con la mayoría de autores consultados o citados hasta aquí, excepto en el caso de O. Ducrot, quien maneja una nomenclatura distinta pero muy sugerente, la que, cuando sea necesario, la retomaremos.

²⁷ Cuya tesis doctoral ha dado origen al libro “Programación televisiva. Un modelo de análisis instrumental”, (La Crujía ediciones, Argentina, 2002), nos proporcionará valiosa ayuda en la concepción, sobre todo metodológica, de este apartado.

Cuando se habla de *enunciación audiovisual* se alude al mecanismo por el cual un emisor se apodera del aparato formal del lenguaje audiovisual y anuncia su posición de “hablante”, ya sea a partir de índices específicos o por medio de procedimientos accesorios. En este movimiento de captura del lenguaje audiovisual el emisor instauro a otro en frente de sí, a partir del empleo de formas visuales, sonoras, lingüísticas y gráficas (Bettetini, 1986; González Requena, 1992).²⁸

En otras palabras, la enunciación audiovisual es la competencia y potestad que tienen los sujetos que participan en este proceso (enunciadores, enunciatarios, narradores, narratarios, sujetos empíricos, sujetos del enunciado, etc.) para apropiarse de las posibilidades semióticas de los lenguajes, recursos, tiempos, espacios y, así, producir enunciados que suelen concretarse en textos-discursos cinematográficos, videográficos, televisivos, hipertextuales, etc.

Al respecto, Francesco Casetti, al caracterizar la enunciación cinematográfica, nos recuerda con propiedad que la enunciación “... *constituye la base a partir de la cual se articulan personas, lugares y tiempos del film; ella ofrece el punto cero (el ego-hic-nunc, es decir, su quién, dónde y cuándo)*...”²⁹ en los que se instalan y distribuyen todos los elementos que entran en juego.

LA ENUNCIACIÓN TELEVISIVA

A sabiendas de la complejidad que reviste el proceso de la enunciación audiovisual, en general, y de la televisión, en particular; debido al entrecruzamiento de lenguajes, a la participación indeterminada o segmentada de sujetos, a la dinámica de los juegos temporales, a las potencialidades y restricciones espaciales, veamos cómo se produce el proceso de enunciación televisiva, según la sistematización que nos ofrece Gustavo F. Orza:

1. El enunciador captura el aparato formal del lenguaje audiovisual y lo pone en funcionamiento.
2. El enunciado audiovisual (directo, diferido o grabado) emerge como el resultado del proceso previo de enunciación y en él se inscriben personas (enunciador y enunciatario) y espacios y tiempos (reales o representados).³⁰

Esta visión esquemática y operativa del autor conlleva, en todo caso, presupuestos que van más allá de esta reducción funcional; lo que implica confirmar que

²⁸ Orza, Gustavo. Op. cit., p. 60-61.

²⁹ Casetti, Francesco. El film y su espectador. Ediciones Cátedra S.A, Madrid, 1989, p. 42 (las negritas del resaltado son nuestras).

³⁰ Op. cit., p. 61.

el discurso televisivo – inscrito en la enunciación audiovisual – sólo es posible mediante el concurso de una compleja red de sujetos empíricos y virtuales; sujetos que en el discurrir audiovisual van dejando sus “*huellas*” o “*marcas*” que denuncian significaciones que el investigador y la audiencia pueden rastrear e interpretar, a despecho de las intenciones y circunstancias en las cuales operan, particularmente, los sujetos productores del discurso televisivo. Efectivamente, de acuerdo con Orza, el análisis de la enunciación televisiva ejecuta las siguientes operaciones:

1. Rastrea marcas y cataloga a los sujetos:
 - enunciador o ente productor del discurso televisivo;
 - enunciatario o televidente;
 - sujeto del enunciado (conductores, invitados, personajes, etc.).
2. Rastrea marcas y cataloga los espacios:
 - espacio de la enunciación (espacio real de la producción discursiva);
 - los espacios en el enunciado (espacios reales o ficticios).
3. Rastrea marcas y cataloga los tiempos:
 - tiempo de la enunciación (tiempo real de la producción discursiva);
 - los tiempos en el enunciado (tiempos reales o ficticios).³¹

Operaciones de la enunciación televisiva de las cuales podemos inferir, por el momento, dos hechos: 1. Que los pilares sobre los cuales se sostiene y se articula, fundamentalmente, este proceso enunciativo son los **sujetos** (personas, personajes), **espacios** y **tiempos**; 2. que ubicados y descritos estos elementos clave, tenemos la opción de rastrear las huellas y marcas del discurrir televisivo, que se evidencian tanto en los sentidos del enunciado como en el proceso de la enunciación; a partir, precisamente, del análisis textual y la reconstrucción contextual en la que se inscriben los sujetos de la enunciación (enunciadores y enunciatarios – como ya se ha dicho).

Así, sin ser exhaustiva ni sistémica la referencia, nos parece interesante la visión de Gianfranco Bettetini, al momento de establecer las huellas más significativas de lo textual,

... constituidas por los títulos, por las angulaciones de los encuadres, por los movimientos de cámara, por los resultados de los procedimientos ópticos, por la composición figurativa, por el juego de miradas, por los efectos de montaje, por un eventual uso marcadamente expresivo del color, por un eventual recurso de la voz en off, por la mímica, por la articulación temporal de la banda significativa, por las reglas del género y por las normas de estilo o de contenido que puedan caracterizar la producción de un autor, de una escuela o de un sistema industrial.³²

³¹ Ibid., p. 62.

³² Bettetini, Gianfranco, *La conversación audiovisual. Problemas de la enunciación fílmica y televisiva*, Cátedra Signo e imagen, Madrid, 1986, p. 30-31.

Huellas textuales impregnadas sobre todo en las *formas* más que en las *sustancias* (concepción hjelmsleviana) del lenguaje audiovisual; marcas que, por cierto, deben ser valoradas concurrente y complementariamente con las texturas e impresiones que se evidencian en las sustancias de la expresión y del contenido; como lo son, de manera patente, las implicaciones de lo corporal, cuya trascendencia y sentidos rebasan las fronteras de lo formal para imbuirnos en una realidad vivencial y pasional, digna de un tratamiento especial.³³

En tratándose de las **marcas extratextuales** – como las denomina Bettetini –, la enunciación audiovisual – según este autor – estaría signada por tres marcas “*pragmáticas*”, en donde la participación del destinatario resulta clave en las determinaciones contextuales e intertextuales del consumo.³⁴

La primera huella se encarnaría, entonces, en la noción de lo que él ha llamado *paratexto*, que recurre a una producción integradora, cuya finalidad es: imponer una modalidad de uso del texto, bien definida; legitimar una forma única de acercamiento a los contenidos; favorecer el consumo de un modelo despersonalizado. Este *paratexto* encuentra, así, una articulación efectiva de circulación en la publicidad, en las críticas institucionalizadas, en los eventos de “lanzamiento”, en los controles de la opinión pública, en los rituales y retóricas del discurso socialmente legitimado.³⁵

La segunda huella pragmática del contexto se enmarca en la programación diacrónica y sincrónica (vertical y horizontal)³⁶ de las estaciones difusoras, cuya organización – según Bettetini – evocaría la noción del “palimpsesto”: “*Cada texto se manifiesta comunicativamente en compañía de otros textos, que lo preceden, lo siguen o, incluso, ‘salen’ simultáneamente por canales diversos*”.³⁷ De esta manera, la generación comunicacional se encuentra con la intertextualidad y contextualidad, determinadas por una diversidad de tácticas que no sólo se establecen por las necesidades de movilidad y novedad internas de la propia estación difusora; sino, sobre todo, por la confrontación y competencia con otros canales, y por las demandas de los auspiciantes y consumidores (en ese orden).

La tercera marca pragmática (extratextual), a la cual alude este autor italiano, es la que tiene que ver con los géneros discursivos en los cuales se inscriben los textos y, con

³³ Eliseo Verón en “La semiosis social”, Editorial Gedisa, Barcelona, 1996, dedica todo un capítulo de su importante obra a “El cuerpo reencontrado”, donde abundan sus argumentaciones en torno de la “materia significativa de los cuerpos actuantes...”, entre otras referencias trascendentes de la corporeidad.

³⁴ Op. cit., p. 44.

³⁵ Ibid., p. 45.

³⁶ Lo diacrónico (vertical) hay que entenderlo como la sucesión de programas de una misma estación que integran una programación diaria, semanal, mensual, etc. Lo sincrónico (horizontal) nos remite a programaciones o programas que emiten distintas estaciones, o la misma estación o cadena, en las mismas bandas horarias.

³⁷ Op. cit., p. 46.

estos géneros, los sistemas semióticos y manifestaciones expresivas a las que se adscriben autores, directores, escuelas audiovisuales, productores.³⁸ Instancias de generación y de producción textuales que obedecen, de manera determinante, a prácticas de consumo que, en la actualidad, tienden a estandarizarse en modelos del mercado-mundo.

¿Podría pensarse, entonces, que los sujetos que intervienen en la enunciación televisiva cada vez van cerrando un círculo, donde enunciador y enunciatario se sienten oprimos en un limbo simbólico de una supuesta “comunicación ideal” y globalizada? Éstas, entre otras, las interrogantes que habrá que despejar en la práctica investigativa.

REFERÊNCIAS

BENVENISTE, Èmile. *Problemas de lingüística general II*. México: Siglo XXI editores S.A., 1978.

BETTETINI, Gianfranco. *La conversación audiovisual. Problemas de la enunciación filmica y televisiva*. Madrid: Cátedra Signo e imagen, 1986.

CASETTI, Francesco. *El film y su espectador*. Madrid: Ediciones Cátedra S.A., 1989.

DUCROT, Oswald. *Polifonía y argumentación. Conferencias del seminario Teoría de la Argumentación y Análisis de Discurso*. Cali: Universidad del Valle, Talleres gráficos de Impresora Feriva Ltda., 1988.

FABBRI, Paolo. *El giro semiótico*. Barcelona: Editorial Gedisa, S.A., 2000.

GONZÁLEZ Jesús Requena. *El discurso televisivo: espectáculo de la posmodernidad*. Madrid: Ediciones Cátedra, S.A., 1992.

GREIMAS, A. J. Y; COUTRÉS J. *Semiótica. Diccionario razonado de la teoría del lenguaje*. Madrid: Editorial Gredos, 1982.

KORNBLIT, Analía. *Semiótica de las relaciones familiares*. Buenos Aires: Editorial Paidós, 1984.

LOZANO, Jorge; ABRIL, Cristina Peña-Marín y Gonzalo. *Análisis de discurso. Hacia una semiótica de la interacción textual*. Madrid: Ediciones Cátedra S.A., 1993.

ORZA, Gustavo F. *Programación televisiva. Un modelo de análisis instrumental*. Buenos Aires: La Crujía ediciones, 2002.

PEREIRA, Alberto. *Semiolingüística y educucomunicación (Ensayos, ponencias y bibliografía)*. Quito: Ediciones Científicas Agustín Álvarez Cia Ltda., FEDUCOM, 2002.

VERÓN, Eliseo. *La semiosis social*. Barcelona: Editorial Gedisa, 1996.

ZECCHETTO, Vitorino. *La danza de los signos. Nociones de semiótica general*. Quito: Ediciones Abya-Yala, 2002.

.....
³⁸ Op. cit., p. 47.