

Las estrategias discursivas del *contacto* en la prensa escrita

(Hipótesis de investigación)

Por: Sandra Valdetaro y Rubén Biselli

Sandra Valdetaro es Profesora de Epistemología de la Comunicación. Directora del Departamento de Ciencias de la Comunicación de la Facultad de Ciencia Política y RR.II de la Universidad Nacional de Rosario.

Rubén Biselli es Profesor de Lenguajes I y Lenguajes III, Facultad de Ciencia Política y RR.II. UNR.

Las peculiaridades del sistema de medios masivos de comunicación plantean, en la actualidad, una serie de modificaciones a las modalidades clásicas de la prensa escrita en cuanto a construcción de representación de la opinión pública. En tanto órgano *privilegiado* de construcción de una opinión tradicionalmente tematizada como sometida a razón, la prensa escrita es hoy, sin embargo, un discurso cuya referenciación tiende a ser el propio discurso del sistema de medios, hegemonizado por las tecnologías de la imagen. Particularmente tensionada por el lenguaje televisivo, la prensa intenta poner en página, no ya, principalmente, un verosímil de configuración racional de la opinión, sino una reconstrucción indicial de la realidad cotidiana materializada en un sinnúmero de recursos del contacto. El lenguaje televisivo basa su estrategia justamente en ello: su especificidad es la modalidad discursiva del contacto, un tipo de apelación afectiva y singularizante cuya eficacia comunicativa se mide en términos no de manipulación, ni de influencia o persuasión, sino de seducción.

A partir de los estudios sobre el dispositivo televisivo, y siguiendo los desarrollos de la sociosemiótica de Eliseo Verón -que acuñó el término (1)-, las perspectivas análogas como las teorizadas por Umberto Eco en torno a las características de la "neo-TV" (2) o, más recientemente, las reflexiones de Régis Debray a partir del concepto de "videoesfera" (3), sin dejar de lado, por cierto, algunas de las caracterizaciones pioneras de McLuhan sobre la televisión como medio "táctil" (4), se puede entender a las *estrategias del contacto* como una manera particular de configurar el vínculo enunciativo fuertemente anclada en la tecnología de la transmisión en directo de imagen-sonido (inexistente, por lo tanto, en los otros soportes mediales) que, al mismo tiempo -y aquí se jugaría lo esencial-, organizaría de una forma peculiar la relación del universo TV con un cada vez más supuesto universo "exterior", por fuera de los

parámetros clásicos de la representación. En términos peirceanos, una articulación fuertemente indicial con lo real-extratelevivo -cuya misma existencia “independiente” del dispositivo ya es muy difícil de sostener-, dominando por sobre las configuraciones simbólicas e incluso icónicas. A su vez, la mediación televisiva se encuentra atravesada por otros tipos de tecnologías del directo, desde el teléfono a internet, que consolidan y refuerzan el contacto. La lógica del sistema es, en su conjunto, la de las pantallas: acceso inmediato, siempre actualizado; interactividad; lectura capilar; celeridad de un contacto señalético, pulsional. Una tecnología que se adentra en el cuerpo y lo intercepta.

La relación que la prensa escrita mantiene con tal sistema no es lineal. Intenta, por un lado, mantener distancia, conservando el simulacro de la crítica y la reflexión, pero no puede sino apelar, en tal marco, y para ello, a la seducción. El discurso del diario -discurso privilegiado de lo que ya fue, del ayer, del pasado inmediato- trata de recuperar para sí, de este modo, la instantaneidad del vivo televisivo y la inmediatez de internet, así como el universo singular e indicial de las tecnologías de la imagen de raigambre, en última instancia, fotográfica. Cada uno de los diarios ensaya dicha operación mediante distintas estrategias. Sus contratos de lectura implican diversas políticas de representación del cuerpo y del real supuesto, que se expanden desde la portada al interior de las secciones y de los suplementos.

A pesar de la evidencia cada vez más notoria de este régimen discursivo en la prensa escrita de todo tipo -más allá de “sensacionalismos” o “seriedades”-, uno de los efectos residuales del imaginario representativo de la identidad intelectual-crítica de la prensa se detecta en el carácter de la mayoría de los estudios discursivos sobre ella. En general, dichos planteos suelen privilegiar como objeto de estudio el componente temático. Lo temático encarna la dimensión que enlaza con una consideración de la prensa como institución racionante al sobredimensionar, en los análisis, los contenidos sustantivos como tablero semántico, como taxonomía a partir de la cual se representa su real-decible. La organización temática, y la disposición y ubicación de los distintos temas (en términos de “secciones”, por ejemplo) tienen que ver, en cada diario, con una particular manera de configurar lo noticiable. Dicha representación implica, asimismo, una prefiguración intelectual-reflexiva de los criterios de jerarquización de lo real que cada uno de ellos realiza, derivando en racionalizaciones que quieren ser estables. Sin embargo, el continuo quiebre que la televisión realiza sobre todo tipo de racionalización y de expectativas, así como las peculiares relaciones que entabla con las pautas publicitarias que constituyen su sustento financiero, obliga a los diarios a rediseños eventuales de sus contratos de lectura.

Si bien el componente temático es indicador de algunas operaciones específicas, no permite comprender, por sí mismo, las peculiaridades del discurso de prensa, esto es, el rol que factores claramente alejados de él cumplen en la experiencia de los lectores en cuanto a identificación y reconocimiento de cada diario. Entre dichos factores se pueden incluir las modalidades enunciativas, las regularidades gráficas y estilísticas, la relación texto-imagen, las diversas modalidades de interdiscursividad o los lectores modelos implicados. Es evidente que, al contrario de lo temático, varios

de estos factores no adscriben a una lógica representacional sino que dan cuenta de particulares estrategias del contacto que se despliegan en todo el espacio discursivo de la prensa escrita(5).

En resumen, determinar de qué manera el lugar dominante de la televisión en el sistema de medios actual, con la lógica del contacto de matriz indicial que la caracteriza, genera cambios en las modalidades clásicas de construcción del universo noticiable y de mediación de la opinión pública - basadas fundamentalmente en la tecnología de la palabra impresa y en la lógica simbólica de la escritura- propios de la prensa diaria, se constituye en un propósito de investigación ineludible (6). A su vez, tal objetivo deberá articularse con la necesidad de especificar las peculiaridades del soporte informático propio de las ediciones on-line en relación con las estrategias del contacto, ya que su misma existencia no sólo ha introducido la lógica del vivo en el corazón mismo de la "prensa escrita" -¿deberá todavía, dadas sus connotaciones, conservarse esta denominación?- sino que produjo transformaciones significativas en las estrategias discursivas generales del soporte impreso tradicional.

Será, pues, tarea de investigación, poner a prueba estas hipótesis (7).

Referencias Bibliográficas:

- (1) Cfr., entre otros, los siguientes trabajos de Verón, E.: "Interfaces. Sobre la democracia audiovisual evolucionada" en AAVV, EL NUEVO ESPACIO PÚBLICO, Barcelona, Gedisa, 1992; CONSTRUIR EL ACONTECIMIENTO, Barcelona, Gedisa, 1987; "De la imagen semiológica a las discursividades", en Veyrat-Masson, E., y Dayan D., comp., ESPACIOS PÚBLICOS EN IMÁGENES, Barcelona, Gedisa, 1997 y EL CUERPO DE LAS IMÁGENES, Bs.As., Norma, 2001.
- (2) Cfr. Eco, U., LA ESTRATEGIA DE LA ILUSIÓN, Barcelona, Lumen, 1982.
- (3) Cfr. Debray, R., VIDA Y MUERTE DE LA IMAGEN, Barcelona, Paidós, 1992.
- (4) Cfr. McLuhan, M., LA COMPRENSIÓN DE LOS MEDIOS COMO EXTENSIONES DEL HOMBRE, México, Diana, 1966.
- (5) Cfr., a los fines de ampliar dichos aspectos, los siguientes artículos:
 - Biselli, R.; Moscoloni, N.; Valdetarro, S.; "Discurso de prensa y problemática genérica" en *La Trama de la Comunicación, Vol. 7 (Anuario del Departamento de Ciencias de la Comunicación de la UNR)*. Rosario, Laborde Ed., 2002;
 - Biselli, R., "La falaz transparencia de lo obvio", en *La Trama de la Comunicación, Vol. 8 (Anuario del Departamento de Ciencias de la Comunicación de la UNR)*. Rosario, UNR Ed., 2003.
 - Valdetarro, S., "La "puerta de entrada" a Página 12", en *La Trama de la Comunicación, Vol. 8 (Anuario del Departamento de Ciencias de la Comunicación de la UNR)*. Rosario, UNR Ed., 2003.
 - Biselli, R. y Valdetarro, S., "Las portadas de los diarios como secciones temáticas", en *CD: Ponencias Encuentro Argentino de Comunicación Social*, San Juan, Argentina, 2003.
 - Valdetarro, S., "Políticas del Cuerpo", en *CD de Ponencias del VI Congreso Nacional de Ciencia Política: "La política en un mundo incierto: representación, gobernabilidad democrática e inclusión social"*, organizado por la Sociedad Argentina de Análisis Político (SAAP) y la Facultad de Ciencia Política y Relaciones Internacionales de la Universidad Nacional de Rosario, noviembre de 2003.
- (6) Cfr. Proyecto de Investigación "Las estrategias discursivas del contacto en la prensa diaria argentina actual", Período 2004/2006, Secretaría de Ciencia y Tecnología, Universidad Nacional de Rosario, Código POL34. Directora: Sandra Valdetarro. Co-Directores: Rubén Biselli y Nora Moscoloni. Investigadores: Mariana Maestri, Mirtha Marengo, Mariángeles Camusso, Silvia Gastaldo, Viviana Marchetti y Carina Menéndez.
- (7) La alusión es al proyecto de investigación referido en (6).