

Artículo en:
La Trama de la Comunicación,
Anuario del Departamento de Ciencias de la
Comunicación, Volumen 10, Facultad de
Ciencia Política y RRII, Rosario, UNR
Editora, 2005. ISSN 1668-5628. Págs. 97/104.

Prensa y Temporalidad

Sandra Valdetaro

Resumen: Se presentan en este artículo algunas hipótesis derivadas del Proyecto de Investigación “Las estrategias discursivas del contacto en la prensa escrita”, acreditado en la SECYT-UNR. A partir de una caracterización general del sistema de medios masivos en la actualidad, y articulando ciertas perspectivas sociológicas generales con un enfoque sociosemiótico, se delimitan distintas modalidades de construcción de imaginarios y representaciones sociales de los marcos temporales públicamente compartidos, y se avanza en la caracterización de las especificidades de los distintos soportes de la mediatización actual, haciendo particularmente énfasis en el formato prensa-papel. De este modo, se analiza un corpus conformado por ejemplares de los diarios argentinos de tirada nacional *La Nación*, *Clarín* y *Página 12*, sobre el cual se realizan operaciones de delimitación de categorías discursivas que remiten a diferentes modalidades de contratos de lectura. Se especifican, en tal sentido, las diversas genealogías del contacto actuantes en cada soporte de prensa-papel.

Abstract: This article presents some hypothesis from the research project about “The *contact* discursive strategies in paper-press”, accredited by SECYT-UNR. By means of a general identification of the media system at the present time, and articulating some sociological perspectives with a sociosemiotic approach, it defines different modalities of construction of social imaginaries and representations of public temporal frames, and contributes to the definition of the specific semiotic resources of actual mediatization, emphasizing in the format of paper-press. In this way, it analyses a group of Argentine newspapers -*La Nación*, *Clarín* y *Página 12*-, about which points out discursive categories of plural reading contracts. It remarks, at last, the various *contact* genealogies operating in each newspaper.

Palabras-clave: mediatización – temporalidad - estrategias discursivas – contacto – prensa papel

Key-words: mediatization – temporality – discursive strategies – contact – paper-press

Todo análisis de la prensa escrita diaria, en soporte papel, debe necesariamente partir de una caracterización general de las modalidades semióticas de la mediatización actual. La interrogación acerca del lugar específico que la prensa-papel ocupa en el sistema de medios, en la actualidad, nos lleva a una reflexión acerca del modo en que nuestra sociedad construye su propia temporalidad. Partimos de la consideración, con Luhmann¹, del carácter constructivo, cultural y social, de los marcos temporales, y de la consecuente esquematización de los modos perceptivos del transcurrir temporal, que adquieren, de este modo, un carácter de eminente producción pública y comunitaria. Se puede afirmar que, bajo las circunstancias actuales del proceso de modernización, se perfila la nuestra como un tipo de sociedad en la que discurren, en simultaneidad, varios tipos de construcción de temporalidades, que generan diversos imaginarios anclados en diferentes tipos perceptivos.

Sin embargo, a un nivel sistémico más general², y en el marco de dicha simultaneidad de producción de temporalidades, podría plantearse como hegemónico un tipo de construcción temporal que tiende a instaurar un imaginario de presente instantáneo; y ello, básicamente, por el privilegio que los dispositivos icónico/indiciales han adquirido en el contexto general de la mediatización actual. La prensa-papel es, no obstante, y convencionalmente, el discurso de “ayer”, de lo que “ya fue”; la “actualidad” que construye es, indefectiblemente, la jornada que acaba de terminar; las propias constricciones derivadas del soporte hacen, en su caso, que no pueda su “presente” ser más que un “pasado”, aunque reciente y cercano. De tal modo, y en el contexto general de una discursivización social básicamente centrada en las tecnologías del presente instantáneo, a la prensa-papel se le imponen, por necesidad sistémica, continuas adaptaciones y reacomodaciones de su particular construcción de temporalidad, posibles de identificar en distintos niveles de sus estrategias discursivas. Dichas operaciones presentan, de manera general, una fisonomía que intenta rescatar las modalidades del contacto, básicamente de carácter indicial, que los soportes de la imagen,

¹ Cfr Luhmann, N., “El futuro no puede empezar: estructuras temporales en la sociedad moderna”, en Ramos Torres, R., comp., *Tiempo y Sociedad*, CIS (Centro de Investigaciones Sociológicas), Siglo XXI editores, 1992.

² Cfr Luhmann, N., *La realidad de los medios de masas*, Barcelona, Anthropos, Universidad Iberoamericana, 2000.

liderados, creemos, aun, por la televisión, imponen, preeminentemente, como característica central de la percepción social.

No obstante, sigue siendo habitual considerar a la prensa-papel, de manera clásica, como un órgano con predominio de funciones publicísticas dentro del universo noticiable – fundamentalmente por el sobredimensionamiento que adquiere lo simbólico como principal efecto cognitivo de la tecnología de la palabra impresa-, cuyos oficios, en tanto construcción de opinión pública, y por lo mismo, vendrían a mediatizar un vínculo social-comunitario destacadamente intelectual/crítico, y, concurrentemente, una modalización temporal que busca “detenerse” en el transcurrir de los acontecimientos queriendo así fundar un espacio crítico que, para desplegarse, requiere de cierta desaceleración del tiempo. Todo programa de “evaluación de la actualidad” -función publicística clásica de la prensa- necesita de sabiduría archivística, de almacenamiento de un pasado, de búsqueda de calificaciones selectivas, de premoniciones fundadas, etc; necesita, justamente, “tiempo”, y la prensa-papel fue, y sigue siendo, lícitamente, una de las instituciones modernas que privilegiadamente se ha autorizado para ello. Sin embargo, al observar el universo que la prensa-papel está construyendo en el contexto actual, se descubre que, paralelamente a dicha demanda basada en lo simbólico, aparece una serie de rastros alusivos a otras dimensiones. Se trata, particularmente, de un conjunto de recursos del “contacto” que conviven, en la superficie del papel, con aquella interpelación. La cuestión a indagar es, asumiendo lo dicho, hasta qué punto conviven, de qué modo, y bajo qué constricciones, en el espacio discursivo de la prensa-papel, las interpelaciones racionantes junto a las retóricas de la exaltación del presente.

Si, de manera general, el “contacto” transita, en la prensa escrita, por las apelaciones emotivas asociadas a las clásicas estrategias sensacionalistas de la puesta en página -tema que exigiría, en sí mismo, todo un desarrollo genealógico del contacto en la prensa-, la construcción de un verosímil de tiempo simultáneo -cuestión, asimismo, de “contacto”-, adquiere, sin embargo, modalidades específicas, posibles de ser diferenciadas de aquellas más tradicionales. En tal sentido, suponemos que aquello que hay de producción de una temporalidad instantánea en la prensa-papel actual es menos una recuperación de dicha

genealogía que una apropiación de recursos que actúa en sincronía. Parece ser, dicho de otro modo, el propio presente del sistema de medios -tal como lo caracterizamos más arriba- el que produce, en la prensa-papel de hoy, una muy particular manera de “poner el cuerpo”, creando, de tal modo, un determinado efecto de “simultaneidad” enunciativa. Sostenemos, en tal sentido, que es la modalidad *televisiva* del contacto la que marca, a este respecto, al discurso de prensa, y definimos lo específico del “contacto televisivo” (en el espacio de la información), siguiendo a Verón, como caracterizado por la preeminencia de “el eje de la mirada, los-ojos-en-los-ojos”³. Afirmamos, entonces, que los diarios intentan, también, establecer un “cara a cara simultáneo”; pretenden, igualmente, como la televisión, devolverle la mirada al lector. En consecuencia, creemos que es posible detectar, en la superficie gráfica de los diarios, diferentes recursos de estrategias del contacto que responden a genealogías específicas.

En función de determinar algunos de dichos recursos en la prensa-papel, y de especificar a cuál o cuáles genealogías del contacto adscriben, presentamos a continuación algunos ejemplos.

Uno es el caso de la portada de *Página 12*. Asentada básicamente en la modalidad de la complicidad con el lector -y, por ello, en el plano de los modos enunciativos-, esta portada intenta producir una afectación particular que, mediante determinadas articulaciones topográfico/taxonómicas⁴, trama un contrato de lectura⁵ en el cual “la expectativa de lo “decible-visual” presupone un contacto distanciado con lo real, y, simultáneamente, una

³ Verón, E., “El living y sus dobles, arquitecturas de la pantalla chica”, en *El cuerpo de las imágenes*, Bs. As., Editorial Norma, 2001, pag 21. La cita completa es: “... El conductor se puso a hacer gestos, a matizar las expresiones de su rostro. La construcción del cuerpo significativo del conductor y el aumento del espacio del piso fueron dos procesos inseparables: el primero necesitaba del segundo para desplegarse. El espacio del contacto había nacido, y con él, el eje alrededor del cual todo el discurso vendría a construirse para encontrar su credibilidad: el eje de la mirada, los ojos-en-los-ojos”. Ver también nuestra propia definición, en Biselli, R. y Valdetaro, S., “Las estrategias discursivas del contacto en la prensa escrita”, en *La Trama de la Comunicación*, Anuario del Depto de Cs de la Comunicación, Volumen 9, Rosario, UNR Editora, 2004, pag 219: “Se puede entender a las *estrategias del contacto* como una manera particular de configurar el vínculo enunciativo, inexistente en los otros soportes mediales, fuertemente anclado en la tecnología de la transmisión en directo de imagen-sonido, y que organizaría de una manera peculiar, también y fundamentalmente, toda la relación de la TV con el universo extra-medial por fuera de los parámetros clásicos de la representación. En términos peirceanos, una articulación fuertemente indicial con lo real-extratelevivo -cuya misma existencia “autónoma” del dispositivo en algunos autores es puesta en cuestión-, dominando por sobre las configuraciones simbólicas e incluso icónicas...”.

⁴ Cfr Verón, E., *Construir el acontecimiento*, Bs As, Gedisa, 1983, pag 94 y sts.

relación dialógica entre enunciador y lector”⁶. Por lo mismo, esta portada funciona, decíamos, “como un espacio de restitución imaginaria de modos de narrar, y como una promesa de goce compartido”⁷. Pierden centralidad, de este modo, todos los recursos destinados a la construcción de un verosímil de objetividad o de un enunciador pedagógico; lo que prima, al contrario, en la tapa de *Página 12*, es una estrategia destinada a la construcción de un “nosotros inclusivo”, no complementario, sino simétrico. Queda claro, en este ejemplo –y la recurrencia del uso del fotomontaje es sólo uno, entre varios, de los recursos que vienen a abonar esta hipótesis–, el tipo de utopía que se intenta renovar: ésta es la del “diálogo entre iguales” como institución central de las mejores tradiciones de la Modernidad. Genealógicamente adscripto a dicha tradición, lo central de las estrategias discursivas del contacto en *Página 12* no supone, meramente, una invasión de la genericidad televisiva, sino, al contrario, el rescate del “carácter revulsivo de las vanguardias, la acidez de la sátira y la ironía, la épica romántica de la modernidad”⁸, todos ellos recursos previos a la televisión que se enmarcan, en fin, en la profusa tradición estético-política del sensacionalismo gráfico de la modernidad urbana de masas, y que actuaron, qué duda cabe, como anticipaciones del horizonte perceptivo que más tarde devendría en sensorium televisivo.

Otro ejemplo lo constituye la colocación, tanto en *Clarín* como en *La Nación*, de pequeñas fotografías, en blanco y negro o color, del rostro del autor acompañando espacios gráfico-textuales de distinta naturaleza. Dicha inclusión de la fotografía de autor no responde, en principio, a un criterio de jerarquización de la información; no constituyen, por lo mismo, dichas fotografías, “marcas de autoridad” que vendrían a reforzar el peso de la firma. Decíamos en otro lugar, al contrario, que “la inclusión de las fotografías de los autores es un recurso destinado, simplemente, a *darle un rostro a la firma*”⁹. Es, en este caso, sí, la

⁵ Cfr Verón, E., “El análisis del “contrato de lectura”: un nuevo método para los estudios de posicionamiento en los soportes de los media”, en *Les médias: expériences, recherches actuelles, applications*, París, IREP, 1985. Traducción de Lucrecia Escudero.

⁶ Valdetaro, S., “La puerta de entrada a *Página 12*”, en *La Trama de la Comunicación*, Vol. 8 Anuario del Departamento de Ciencias de la Comunicación, Rosario, UNR Ed., 2003, pag 16.

⁷ *Ibidem*, pag 16.

⁸ *Ibidem*, pag 16.

⁹ Hipótesis presentada por Rubén Biselli en el marco de la investigación “Delimitación de estrategias discursivas específicas en la prensa argentina de circulación diaria”, Fac de C Polit y RRII, SECYT-UNR, periodo 2001-2003.

específica modalidad televisiva del contacto que definimos más arriba la que se impone. Aclarábamos, en tal sentido, que “es el efecto de *identificación y personalización* que produjo el noticiero televisivo de los locutores-periodistas lo que vendría a explicar el recurso (...) ese especial vínculo de *familiaridad* que el locutor-periodista del noticiero televisivo logró establecer con el espectador ..”¹⁰ es lo que la prensa intenta restituir mediante la inclusión de la foto del rostro acompañando la firma de los artículos: “... dotar de un rostro, como en la televisión, al que escribe”. No obstante, no estaría sólo operando así la representación de un lazo afectivo, sino que, a través de ello, y paralelamente, se está intentando producir un efecto de simultaneidad, esto es, un verosímil de un verosímil: aquel de la co-presencia del cara-a-cara dialógico televisivo. Dicho efecto se ve reforzado, en el caso de *Clarín*, de otro modo: coloca, en la segunda página, un recuadro con la foto del rostro de un/a lector/a, acompañando un texto extraído de la carta correspondiente. De este modo aspira, *Clarín*, a cerrar el circuito: el “eje de la mirada”, “los ojos-en-los-ojos”, de preeminencia televisiva, pasa, así, en la prensa-papel, a querer definir un vínculo, y es síntoma, según entendemos, de la peculiar configuración semiótica que le corresponde a la prensa-papel de hoy en relación con la construcción de *su* “actualidad” que pretende, en estos casos, operar en “simultaneidad”.

A partir del análisis de los distintos contratos de lectura de la prensa-papel es posible identificar -valgan los ejemplos expuestos para ello- distintas estrategias discursivas del contacto. De tal modo, y en vistas de una probable taxonomía de los diarios argentinos, aparece que aquellos diarios que, desde un punto de vista tópico, podrían caracterizarse como tendencialmente más audaces -caso *Página 12*, por ejemplo-, son, sin embargo, desde un punto de vista gráfico-estilístico, los más conservadores. Es evidente que lo que quiere *Página 12* es, justamente, “conservar” ciertas estéticas características de la modernidad clásica. Mientras que, por otro lado, aquellos diarios que, como *Clarín*, se presentan, mediante su tratamiento temático, como muestra del mejor oportunismo del populismo gráfico de masas, son, sin embargo, los que más intentan acercarse al tono de la época, esto es, a la sintaxis de las pantallas.

¹⁰ Cfr Biselli, R. y Valdetaro, S., “Las portadas de los diarios como secciones temáticas”, en CD: Ponencias Encuentro Argentino de Comunicación Social, San Juan, Argentina, 2003.

La Nación, por su parte, intenta mantenerse en su propio estilo, aunque, de manera un tanto ambigua y recatada, incorporando detalles plenos de novedad. Pero no sólo sigue siendo, *La Nación*, el diario argentino más escrito, sino que es, además -y tal vez de una manera fundamental para nuestros fines de investigación- el que “menos mancha”. La propia textura del soporte -de *su* papel, el de *La Nación*- adquiere, de este modo, carácter de “qualisigno”¹¹, y desde esta dimensión puntual está trayendo, en este caso, una definida genealogía del contacto, alejada tanto de la del sensacionalismo como de la de la televisión: es *su* propia historia -la de *su* pasado en tanto *signo* de una cultura de elite- típicamente tradicionalista, la que, en tanto soporte, sigue convocando. Se trata, en definitiva, en este caso, de una política del contacto que reactualiza, mediante una precisa cualidad significativa del soporte objeto-impreso, no un presente instantáneo, sino, al contrario, y fantasmáticamente, aquello que de heroico pueda haber en un pasado que, sin embargo, se encuentra pleno de convencionalismos.-

Bibliografía:

Biselli, R. y Valdetaro, S., “Las estrategias discursivas del contacto en la prensa escrita”, en *La Trama de la Comunicación*, Anuario del Depto de Cs de la Comunicación, Volumen 9, Rosario, UNR Editora, 2004

Biselli, R. y Valdetaro, S., “Las portadas de los diarios como secciones temáticas”, en CD: Ponencias Encuentro Argentino de Comunicación Social, San Juan, Argentina, 2003.

Eco, U., *Signo*, Barcelona, Editorial Labor, 1980.

Luhmann, N., “El futuro no puede empezar: estructuras temporales en la sociedad moderna”, en Ramos Torres, R., comp., *Tiempo y Sociedad*, CIS (Centro de Investigaciones Sociológicas), Siglo XXI editores, 1992.

¹¹ En términos de aclarar el uso, agregamos: Según Peirce, “qualisigno” es “una cualidad que es un signo” (Peirce, Ch S, 1931-1935, *Collected Papers*, Cambridge Mass. Harvard University Press, 2244-2246, citado en Eco, U., *Signo*, Barcelona, Editorial Labor, 1980, pag. 55). Agrega Eco: (qualisigno es) “un carácter significativo como el tono de la voz con el que se pronuncia una palabra, el color y la tela de un vestido, etc” (Ibidem, pag 55). Y más adelante: “... los qualisignos son precisamente las cualidades de las que se substancia un signo para poder subsistir, y que no bastan por sí solas para constituir el signo en su estructura correlativa; y según Peirce, el conocimiento se tiene cuando la simple visión cesa de ser tal para convertirse precisamente en signo. Para constituir la relación signica intervienen elementos convencionales, entre los cuales está, y con carácter preferente, el hecho de que un signo nunca aparece por cuenta propia, aislado de otros signos, sino que, en la medida en que es interpretado por otros signos, a su vez nace interpretando signos precedentes ...” (Ibidem, pag. 146).

Luhmann, N., *La realidad de los medios de masas*, México, Antrophos y Universidad Iberoamericana, 2000.

Valdettaro, S., “La puerta de entrada a Página 12”, en *La Trama de la Comunicación*, Vol. 8, Anuario del Departamento de Ciencias de la Comunicación, Rosario, UNR Ed., 2003.

Verón, E., “El análisis del contrato de lectura: un nuevo método para los estudios de posicionamiento en los soportes de los media”, en *Les médias: expériences, recherches actuelles, applications*, París, IREP, 1985. Traducción de Lucrecia Escudero.

Verón, E., *Construir el acontecimiento*, Bs As, Gedisa, 1983.

Verón, E., *El cuerpo de las imágenes*, Bs. As., Editorial Norma, 2001.