

## LA MATERIALIDAD A TRAVÉS DEL CUAL SE TRANSMITE LA INFORMACIÓN EN EL TEXTO AUDIOVISUAL O LA PROBLEMÁTICA DE LOS CÓDIGOS.

Rafael del Villar Muñoz



*Este artículo forma parte del Proyecto de Investigación Fondecyt No 1000954, año 2000, Departamento de Ciencias Mediáticas y de la Comunicación, Universidad de Chile, titulado "Dibujos Animados en Chile: sintaxis, circulación y recepción", y corresponde a su marco teórico*

*referido a la descripción de las formas de transmisión de la información. En lo relativo a la descripción del Proyecto en general, como así mismo a las descripciones de la japoanimación con su diferencia con la videoanimación americana remitimos al lector a los artículos de Rafael del Villar, Victor Fajnzylber, José Miguel Lavrín, Luciana Lechuga, Loreto Letelier, Patricia Poblete, Leyla Hauva, e Ingrid Medel, en **Revista Chilena de Semiótica No 4- 5**, ISSN 0717-3075; Facultad de Ciencias Sociales, Universidad de Chile, Mayo 2000:*

<http://www.bibliotecas.uchile.cl/revistas/semiotica/>



La información que se transmite entre emisores y receptores está lejos de ser automática, sino que es transmitida a través de una materialidad: gestos, palabras, música, colores, etc.. A esa materialidad la semiótica la denomina significante. Se debe usar un medio de expresión para transmitir las ideas, las vivencias, los conceptos, las pulsiones. No basta con que se quiera expresárselas a alguien, se debe usar una vía para hacerlas llegar. Esas vías posibles son los significantes, "la materialidad a través de la cual expreso las ideas y pulsión el caso del mensaje lingüístico escrito, esa vía son las letras. Y en teorizaciones más actuales (Kristeva, 1974, 1980) habría que incluir "la música de las palabras". Sin embargo, la transmisión es aún relativamente simple, pues sólo tenemos dos sub-conjuntos que vehiculizan la información. El texto político escrito sería de este tipo.

El lenguaje de la vida cotidiana complica más el proceso, pues junto con los sonidos de las palabras y su música, están los gestos y las relaciones de proximidad que establece al hablar el sujeto generador del mensaje.

Podemos señalar cuatro materialidades en la vida cotidiana, a través de las cuales se vehiculiza la información. Tal es el caso de la conferencia o de la concentración política, desde el punto de vista de los conferenciados o concentrados que están en la situación de establecer un contacto cara a cara con el sujeto político. Si antes al sujeto político le bastaban "las ideas pertinentes" para llegar al electorado, hoy él no sólo transmite sus ideas por medio de las palabras escritas, sino que sus gestos y las relaciones de proximidad y lejanía que establece tanto con los otros sujetos como con el entorno, manifiestan también "su decir", su propuesta. Tal sería el caso de las redes de acción que se establecen en torno a la Japooanimación hoy, como microculturas que plantean lugares de reunión de sus consumidores e intercambio de objetos de marchandising concreto, paralelamente a los centros de distribución, generalmente en sus proximidades espaciales.

El problema se complejiza aún más si pensamos que la cultura actual es eminentemente audiovisual. Es imposible encontrar hoy, incluso una campaña política que transmita lo que quiere expresar sólo a través de un texto lingüístico escrito y de una comunicación cara a cara (persona a persona) con el electorado. Lo mismo ocurre en el periodismo donde lo visual tiene un lugar significativo.

Normalmente la regla es que: se comunica a través de espacios multimediales, y no hay un solo objeto de referencia: fotos, gráficas (afiches, lienzos, volantes, etc.), televisión (foros, spots, noticias, franjas políticas, etc.), conjunción de fotos y texto lingüístico en el caso de las revistas y periódicos, de la música, de la mezcla de música y palabra hablada en el caso de la radio, e incluso en concentraciones masivas es cada vez más importante la puesta en escena del evento, que lo que se dice en el discurso lingüístico o musical mismo.

Incluso la publicidad política hoy es eminentemente audiovisual. Si antes la información persuasiva era transmitida por uno o dos sub-conjuntos, hoy no basta con transmitir "conceptos políticos a través de palabras", sino que son cada vez más importantes las otras informaciones que entregamos en el transcurso de la campaña por nuestros gestos, la gráfica, las fotos que generamos, etc..

La frase popular señala "que más importante que lo que se dice es el cómo se dice" tiene una base en la realidad. De hecho la podemos reinterpretar: "lo que se dice es la información que entregamos por medio de palabras escritas o habladas", "el cómo se dice es la información que transmitimos por nuestros gestos, por la música, por los colores, etc.."

De allí entonces la necesidad de anclar en la descripción de toda esa materialidad

significante que se constituye como la materialidad a través de la cual se transmitirá la persuasión.

Una estrategia creativa de persuasión no existe más que en sus manifestaciones, y esas manifestaciones no son más que los afiches, las fotos, los programas televisivos, los diarios y revistas, las radios. De allí, reiteramos la importancia de estudiar a los significantes a través del cual se transmite la información persuasiva .

La teoría standard del posicionamiento publicitario suponía la factibilidad de una lectura única, y suponía además la factibilidad de que se transmitiese por una sola vía, por un único camino. Basta ver la concepción de posicionamiento de Jack Trout y Al Ries (1989) y nos encontramos que el posicionamiento distintivo a nivel significativo, como Lorente (1986), nos encontramos con una categoría bastante general: "códigos literarios y visuales". Pero, ¿qué se entiende por ello?. ¿Cómo se operacionalizan concretamente?. Y, más aún, ¿cuántos códigos son?. ¿Son los mismos para la fotografía que para la gráfica o la televisión?.

## 1.Sobre los códigos

**La teoría semiótica** ha enfrentado el problema de los códigos (o si se quiere, de los significantes transmisores de la información) de una forma bastante heterogénea.

En un primer momento se pensó que cada práctica textual audiovisual tenía códigos que la singularizaban y la diferenciaban de las otras prácticas significantes. Metz pensará que es necesario establecer para cada texto cultural los rasgos distintivos que lo diferencian de los otros textos. Así, nos dirá: "cada lenguaje se define por la presencia en su significante de ciertos rasgos sensoriales, y la ausencia de ciertos otros. En suma, cada lenguaje tiene su materia de expresión específica, o bien (como en el cine), una combinación específica de varias materias de la expresión" (Christian Metz/1973- 77, pág. 113).

Metz, buscará los rasgos distintivos, aquello que singulariza a cada práctica significativa. "La tarea consistirá en establecer por conmutación de los lenguajes entre ellos, rasgos pertinentes de la materia significativa...se trataría en definitiva de hacer reaparecer, al final de este recorrido, a cada lenguaje como siendo la combinación terminal (el punto de llegada) de un cierto número de rasgos específicos de la sensorialidad socializada" (Christian Metz/ 1973- 77, pág. 115). Así, el sonido no será un rasgo distintivo del cine, pues el cine sin sonido seguirá siendo cine, pero sí de la radio, que sin sonido deja de serlo.

Ahora bien, la propuesta metziana no es simple, pues como él mismo lo señala, los diferentes textos culturales tienen relaciones lógicas bastante complejas, a lo menos, más complejas de lo que se imagina el sentido común.

Metz detecta relaciones de:

- exclusión (los dos lenguajes no tienen en común ningún rasgo pertinente de la materia de expresión. Por ejemplo, fotografía/ radiofonía)
- inclusión (uno de los dos lenguajes tiene todos los rasgos materiales del otro, y rasgos materiales que el otro no tiene. Por ejemplo, el cine incluye la pieza radiofónica)
- intersección (los dos lenguajes tienen ciertos rasgos físicos en común, pero cada uno

de ellos tiene rasgos que el otro no tiene. Por ejemplo, foto-novela/ banda dessinée. Ellos tienen en común los rasgos imagen, inmóvil, múltiple y trazas escritas. Pero el rasgo imagen mecánica concierne a la foto-novela y no a la banda dessinée y no de la foto-novela.

En suma, los diferentes lenguajes que permanecen distintivos como conjunto "se imbrican y se recubren en un juego suficientemente complejo que nos hace dejar de lado todo fanatismo normativo de especificidad por derecho. Las especificidades existen, pero ellas son de conjunto, superpuestas unas sobre otras" (Christian Metz/1973- 77, pág. 114)

De allí la idea metziana de Códigos Específicos/ Códigos No- Específicos. Veamos que propone para el caso del Cine, caso que nos iluminará sobre la forma de enfrentar el problema. Puede que el lector no entienda todos los términos aquí empleados, pero serán definidos más adelante. Lo que se trata aquí es de entender la problemática implicada en la definición de los códigos.

En 1970, en una entrevista a Raymond Bellour, Metz ya había planteado algunos de los códigos implicados en la especificidad de lo cinematográfico.

"R.B.- ¿Puede usted situar algunos de los códigos que le parecen sostener la noción de especificidad cinematográfica?

C.M.- Hay, por ejemplo, el código que es tradicionalmente designado bajo el nombre de puntuación filmica (fundidos, iris, cortinas, etc.)... Hay los movimientos de cámara como el travelling, grúa, cámara en mano, travelling óptico, etc... Hay un código (o sub-conjunto de código) particularmente importante que viene a organizar las relaciones de la palabra y del dato visual... Y finalmente hay los códigos, es decir, todos aquellos propios de la relación música e imagen" (Christian Metz/ 1970- 72, pág. 211).

Esto es, Metz nos propone que los códigos específicos del cine son aquellos propios de la imagen en secuencia, incluyendo allí la relación palabra- imagen y música- imagen (relaciones de intersección), junto con aquellos distintivos (relaciones de exclusión) de los movimientos de cámara y el montaje, entendido como puntuación filmica en el cine narrativo clásico. En la práctica, Metz sólo estudiará los relativos al montaje y su secuencialidad de imágenes desde el punto de vista de su organización espacio-temporal, tanto semióticamente como psicoanalíticamente. Pero, su formulación de que existen códigos específicos del cine y códigos no- específicos dejará una huella en todo el desarrollo ulterior de la Teoría del Cine. Los códigos no-específicos eran no-específicos, o sea, propios de cada film y de cada práctica cinematográfica concreta, luego, imposibles de delimitar con exactitud. Metz nos nombrará en "Lenguaje y Cine" (1972) una multiplicidad de códigos no-específicos: códigos técnicos como el fotograma, códigos de la actuación, códigos de los planos, códigos psicoanalíticos, códigos culturales, etc.. "Así, en el film aparecen simbolismos netamente inspirados en el psicoanálisis, que no tienen nada de cinematográficos, pues ellos conservan el mismo valor y el mismo funcionamiento en una novela, en un poema, en un sueño" (Christian Metz/ 1971-77, pág. 148). Así los fotogramas y los planos son propios de la fotografía; los cromas propios de la pintura; lo cultural, al igual que el psicoanálisis, propio de todos los textos, etc..

Los códigos no-específicos eran abiertos e ilimitados, esto es casi infinitos, imposibles de delimitar. El planteamiento metziano nos permitirá entender la especificidad del cine como práctica cultural, pero al mismo tiempo nos dejará en la imposibilidad de operacionalizar el mirar un film concreto, pues en cualquier film intervienen muchos códigos.

El planteamiento metziano tendrá una enorme influencia en los desarrollos futuros de la semiología no sólo en el cine, sino que de todas las prácticas culturales. No es casual, pues

Christian Metz será el fundador de las semióticas visuales y audiovisuales. Así Péninou buscará la especificidad del mensaje publicitario; Moraña, la singularidad de la telenovela, etc.. Siempre el esquema será el mismo: establecer los rasgos distintivos de cada práctica significativa, lo específico y no-específico. Así, Marc Vernet nos dirá que junto a los códigos específicos del cine existen los no-específicos: "los códigos no-específicos son aquellos que son susceptibles de aparecer en otros lenguajes, luego capaces de manifestarse de manera universal...ellos pueden aparecer en cualquier lenguaje" (Marc Vernet/ 1980, pág. 48). Esto es, "son códigos semánticos, pues se colocan enteramente del lado del contenido: tanto sus significantes como sus significados son interiores a esta instancia que se llama el sentido y que es común a todos los lenguajes. Sería entonces vano, en la hora actual, partiendo de films precisos, de querer establecer una lista exhaustiva de códigos no-específicos del cine, implicados en su elaboración. Pero, se puede ya citar aquellos que son los más importantes y los más fáciles para el análisis de films. Hay, por ejemplo, los códigos perceptivos que deben ser adquiridos por el espectador que va al cine; hay los códigos del reconocimiento, pues el espectador debe reconocer los objetos que hay tras la pantalla; los códigos del gusto y de la sensibilidad...; los códigos de la narratividad, que son a menudo sacados de la literatura o de los relatos...; los códigos del inconsciente...; en fin, la lista no es cerrada, y sobre todo ella no es exhaustiva" (Marc Vernet/1980, pág, 48 a 50).

Del análisis de Vernet se desprende el espacio ambiguo a que ha llevado la noción de códigos específicos/no-específicos. Buscando la especificidad se ha llegado a un número restringido de códigos específicos, pero los no-específicos son tantos que se reenvía a un espacio heteróclito. Y de hecho el equívoco de Vernet de hacer coincidir los códigos no-específicos con los códigos de índole semántico (lo que es obviamente incorrecto, baste citar a Metz que señala como código no-específico, al técnico que es de naturaleza significativa: materialidad a través de la cual se expresa la información, y no respecto del sentido que se transmite) es factible de explicar como una búsqueda inconsciente de homogeneidad y coherencia en un espacio bastante ambiguo como es el del establecimiento de los códigos.

Al mismo tiempo que la perspectiva anterior significó una contribución importante a la teoría de la cultura, desde el punto de vista de demostrar la forma de funcionamiento de distintos lenguajes al interior de distintas prácticas significantes: publicidad, telediario, telenovela, cine, pintura, fotografía, etc.; todo en momentos en que se consideraba que el único lenguaje era el lingüístico, y los dominios anteriores sólo eran dominio de lo bello, de lo sublime, etc.. Al mismo tiempo que contribuyó a este diagnóstico, se desarrolló un límite al ver: se produjo una enorme anarquía teórica respecto a analizar cualquier texto cultural concreto.

Esto tendrá un efecto. Se analizarán sub-conjuntos de films desde diferentes perspectivas: análisis de la composición plástica de la imagen (como el excelente análisis de "Fausto" de Murnau realizado por Erich Rohmer); análisis del encuadre y el punto de vista ( como el del "Hombre de la cámara", de Aumont), del espacio narrativo, de la banda sonora, etc..

Cuando se analiza un film completo, como "Muriel" (Bailblé, Ropars, Marie,1974), lo que queda finalmente son lecturas transversales de diferentes códigos del texto filmico: el tratamiento del espacio, del montaje, de la relación sonido-imagen, del relato, pero no se llega a un análisis del texto como globalidad.

Trayectos analíticos sobre el cine será la tónica de la semiología del cine posterior a la contribución metziana. Así J.Aumont y M.Marie en *Estética del Cine* (1983) proponen una perspectiva analítica que ancla en tres sub-conjuntos: el espacio de la puesta en imágenes como

representación visual (profundidad de campo, angulaciones, planos, etc.); el espacio de la narración (relato, narración, diégesis) y la relación psicoanalítica del texto con el espectador.

En 1988, Aumont y Marie continúan en esta línea. En el fondo en "Análisis del Film" siguen proponiendo y sintetizando posibilidades de trayectos analíticos: el análisis del film como relato, el análisis plástico, el análisis de la imagen filmica, el análisis de la banda sonora, y los trayectos psicoanalíticos. Sin embargo, el film se reconstruye de retazos analíticos. La heterogeneidad del significante filmico parece que imposibilitará un análisis integrado y coherente, retroalimenta esto el que el cine sea un arte, y que la regla del arte contemporáneo es que cada uno hace lo que quiere, o lo que puede, pero sin seguir reglas prescritas.

Si los análisis de Aumont, Marie, Vernet, Collet, Chateau, etc. no conducen a un todo coherente, sino que a trayectos analíticos sobre el texto, hay intentos de establecer dicha coherencia globalizadora a partir de una teorización de los códigos (Casetti, Di Chio).

Antes de sintetizarla, veamos primero como Aumont y Marie ven la inutilidad de una vía analítica basada en la noción de código:

"Para decirlo de un modo más preciso, los problemas concretos que la noción de código plantea al análisis son al menos tres:

- Primero, hay que repetir que no todos los códigos son iguales en un sentido teórico (y aún menos en la práctica). La propia universalidad del concepto se convierte aquí en heterogeneidad: cuando se dice que se va a estudiar un film desde el punto de vista del código en realidad no se está diciendo nada, puesto que todo depende de los códigos que se escojan.

- En segundo lugar, un código no se presenta nunca en estado "puro", debido a una razón teórica esencial: si el texto filmico es el lugar de la materialización del código, es también su lugar de constitución. Un film contribuye a crear un código desde el momento en que lo aplica o utiliza. Así, pues, resulta muy difícil "aislar" un código concreto.

- Finalmente, según el valor artístico intrínseco del film analizado, la noción de código pierde más o menos pertinencia, puesto que los "grandes" films se respetan siempre más por sus valores de originalidad y de ruptura. De este modo el análisis de "código" resulta siempre más adecuado para los films realizados en serie, para los films "medios" (una categoría que no resulta evidente ni siquiera en su propia existencia) (J.Aumont, M.Marie/1988, pág 105-106).

De hecho Marie y Aumont tienen razón. Si vemos las nociones de códigos posibles de lo audiovisual planteadas en la bibliografía semiótica nos damos cuenta que:

- la mayoría de las veces los códigos planteados no son del mismo nivel. No se puede hacer equivalente, por ejemplo, códigos relativos al gusto y la sensibilidad, que reenvían al mensaje cultural, con códigos preceptivos referidos al mirar la realidad;

- los criterios de clasificación han sido referidos a una característica de funcionamiento de los códigos descritos, pero como un código es depositario de muchas características, en definitiva todo depende de la característica escogida por el analista. Esto es, el análisis dependerá de los códigos que defina el investigador;

- se definen códigos autónomos, pero en realidad un texto audiovisual implica una interrelación de códigos y muchas de las vehiculizaciones de información que él expresa son producto exclusivamente de la interrelación de códigos;

- al definirse códigos autónomos se definen también códigos "cerrados", es decir, se supone que es así cómo operan. Sin embargo, lo que caracteriza al cine, y en general a lo audiovisual, es ser un espacio de creatividad. La norma consiste en alterar las reglas de funcionamiento, por lo que no es posible prever un solo tipo de interacción de códigos. De allí la pertinencia de la crítica de Aumont-Marie a la noción de código, desde el punto de vista de la realidad de su forma de funcionamiento en la literatura semiótica actual. Si observamos una de las formulaciones más actuales respecto a los códigos que operan en el cine, aquella propuesta por F.

Casetti y F. Di Chio (1990), veremos cuán pertinente es la crítica de M. Marie y J. Aumont al respecto.

Recordamos a nuestro lector que en este punto de la exposición se trata de descubrir un criterio pertinente para la formulación de los códigos de lo audiovisual, de manera de detectar cuáles son los significantes que transmiten la información en los diferentes textos políticos. Qué reflexiones sobre el caso de los códigos filmicos son significativas, pues siendo el cine un caso polar (esto es, donde se interrelacionan más instancias de vehiculización de la información), el ver cómo plantea el problema de los códigos, nos iluminará sobre la vía que tendremos para enfrentar este problema. Sin embargo, si esto es pertinente desde un punto de vista teórico, desde la exposición es problemático, pues se hablará de conceptos ininteligibles todavía para nuestro lector, como es esto una invariante del destino, le recomendamos tres vías factibles de lectura: a) hacer caso omiso de los significantes, esto es de las palabras que no se entiendan y buscar más bien entender los términos de la discusión, los criterios puestos en acto respecto a los códigos; b) saltarse estas líneas y volver después de haber leído nuestra propia proposición códica a retomarla, lo que le permitirá saber de las categorías concretas de lo que se habla; c) o simplemente saltarse esta discusión y creer en la pertinencia de nuestra propuesta.

Volvamos a la propuesta de Casetti y Di Chio. Para ellos "un código es siempre: a) un sistema de equivalencias, gracias al cual cada uno de los elementos del mensaje tiene un dato correspondiente (cada señal tiene un significado, etc.); b) un stock de posibilidades gracias al cual las elecciones activadas llegan a referirse a un canon (las palabras pronunciadas reenvían a un vocabulario, etc.); c) un conjunto de comportamientos ratificados gracias al cual remitente y destinatario tienen la seguridad de operar sobre un terreno común (ambos usan la misma lengua, etc.). Sólo por la presencia de estos tres aspectos, y por su presencia simultánea, puede funcionar verdaderamente un código. Esto nos permite definir el área en el que se encuentra, describir las fórmulas usadas y referirlo a otras elecciones posibles" (Casetti, Di Chio/ 1990, pág. 72).

Para Casetti y Di Chio, un código se define por ser, entre otros, estructurado, cerrado, autónomo. Corresponde a un área autónoma donde destinatarios y destinatarios pisan un terreno en común. Implica un mismo canon de funcionamiento, una estructura cerrada donde cada señal tiene un significado. Esto es, la definición dada por Casetti y Di Chio, no implica entender al código como una materialidad significativa que da origen a reglas de codificación y decodificación no sólo por sí mismo, sino que por la interconexión de códigos. No implica entonces, la existencia de decodificaciones y codificaciones mixtas, producto de la interrelación de códigos. Esto porque los códigos no son pensados como materialidad significativa, sino que como reglas.

Ahora bien, ¿a qué nos conduce pensarlos autónomamente como reglas?. Veamos los códigos que plantean en el caso del análisis de film, los principios constitutivos de su tipología y su utilidad analítica.

Casetti y Di Chio nos proponen:

- a) Códigos tecnológicos del medio en cuanto tal. Esto es:
  - 1/ código del soporte cinematográfico (sensibilidad de la película "que permitiendo tomas en distintas condiciones de luz produce sin embargo, diferentes grados de la imagen" (Casetti, Di Chio/ 1990, pág. 78), y formato cinematográfico);
  - 2/ códigos del deslizamiento del soporte de la cámara y del proyector (hay 24 fotogramas por minuto);
  - 3/ códigos de la pantalla (superficie reflectante o transparente, luminosidad, amplitud).
- b) Códigos de la iconicidad,

4/ códigos de la denominación y reconocimiento icónico. Esto es, códigos que nos permiten reconocer a las figuras que miramos en la vida;

5/ códigos de la transcripción icónica. Esto es, códigos que aseguran una correspondencia entre lo que miramos en la vida y las figuras de la imagen visual,

6/ códigos de la composición icónica, Esto es, relativos a como se agrupan los elementos y a como se relacionan destacándose, neutralizándose, etc.;

7/ códigos iconográficos. Esto es, figuras que tienen un significado fijo;

8/ códigos estilísticos. Esto es, aquellos "que revelan la personalidad y la idiosincrasia de quien ha operado la reproducción" (Casetti, Di Chio/ 1990, pág. 84).

c) Códigos de la composición fotográfica,

9/ códigos de la perspectiva. Esto es, de la simulación de la profundidad a través de un punto de fuga que ordena y estabiliza la profundidad de campo;

10/ códigos de encuadre. Esto es, de la delimitación en el espacio de los objetos que decido encuadrar o enmarcar,

11/ códigos de la escala de campos y de los planos, incluido las angulaciones de toma;

12/ códigos de la iluminación;

13/ códigos del blanco, negro y color.

d) Códigos de la serie visual. Esto es, propios del carácter móvil de la imagen,

14/ códigos del movimiento interno de toma, o si se quiere de lo pro-filmico o puesta en escena;

15/ códigos de los movimientos efectivos de cámara (panorámicas, travelling, etc.);

16/ códigos de los movimientos aparentes del aparato (zoom, etc.);

e) Códigos gráficos,

17/ códigos de los títulos;

18/ códigos discálicos o textos escritos que sirven para presentar la imagen. Por ejemplo, en un film histórico la inclusión de palabras en un mapa;

19/ códigos de los subtítulos, propios de la traducción de la película;

20/ códigos de los textos. Esto es, "todos aquellos indicios gráficos que pertenecen a la realidad y que el film reproduce fotografiándolos" (Casetti, Di Chio/ 1990, pág. 97).

f) Códigos sonoros,

21/ códigos de la naturaleza del sonido (palabras, ruidos y música);

22/ códigos de la colocación del sonido,

- In (cuando el sonido obedece al contenido diegético o intriga del film de la imagen encuadrada.

- Off (cuando el sonido diegético exterior no está encuadrado en la imagen)

- Over (cuando se trata del sonido diegético interior, ya sea en In o en Off, ya sea el sonido extra diegético).

g) Códigos sintácticos o del montaje,

23/ códigos de las asociaciones por identidad. Esto es, se hacen equivalentes dos imágenes;

24/ códigos de las asociaciones por analogía/ contraste,

25/ códigos de las asociaciones por proximidad. Esto es, por contigüidad;

26/ códigos de las asociaciones por transitividad;

27/ códigos de la inversión de lo precedente. Esto es, si los anteriores códigos postulaban un elemento de raccord o enlace, ahora se trata de que se neutralice el raccord, es el caso del acercamiento;

28/ códigos de la articulación de los nexos descritos,

- plano-secuencia

- el découpage

-el montaje rey.

-

Así, Casetti y Di Chio nos proponen 28 códigos para analizar la transmisión de información en el cine. Lo primero que podemos decir es, qué utilidad analítica tiene una lista tan extensa. Podría pensarse que son susceptibles de agruparse, lo que permitiría una mayor flexibilidad



del análisis. De hecho, las podemos agrupar en siete categorías. Ahora, la pregunta pertinente es establecer cuál es la pertinencia de la categorización propuesta.

La primera coherencia susceptible de aprehender es que el primer grupo de códigos corresponde a la tecnología implicada en el hacer cine: sensibilidad de la impresión filmica, formato de la película, etc..

El segundo grupo corresponde a códigos de índole fotográficos y pictóricos, correspondientes a la imagen filmica estática (grupos b y c).

El tercer grupo de códigos corresponde al movimiento de la imagen, son aquellos propios de la secuencialidad del film: movilidad de la cámara, movilidad del lente, movimiento interno de toma, secuencialidad de las letras, secuencialidad sonora y organización secuencial propiamente tal (grupos d, e, f y g).

Entonces, es posible postular una primera coherencia de la tipología propuesta, se trataría de establecer Códigos Técnicos, Códigos de la Imagen Estática y Códigos de la Imagen-Movimiento. Sin embargo, cuál es concretamente la coherencia interna de tal tipología o cuáles son los criterios que han decidido la diferenciación interna de dichos sub-conjuntos.

Lo que nos resulta evidente de las categorías propuestas para diferenciar los códigos, es que el mecanismo establecido consiste en detectar características de los códigos que se postulan, y por medio de dichas características establecer una equivalencia de sentido que permita reagruparlos. Pero, la naturaleza de cada uno de los códigos propuestos no es necesariamente excluyente, por lo que la tipología propuesta resulta incoherente.

Por ejemplo, se postula un código perspectivista, uno de planos y angulaciones, otro de la iluminación y otro de blanco, negro y color. Sin embargo, uno de los saberes adquiridos de la plástica y del diseño es que la perspectiva se puede lograr por las angulaciones de toma, por la composición de los objetos que decida encuadrar, por la iluminación, por el tratamiento de los cromas. Luego, las categorizaciones son inconsistentes, unas se superponen con las otras. Igual cosa ocurre con los códigos sonoros, pues los códigos relativos a la naturaleza del sonido no son diferentes a los relativos a la colocación del sonido. Lo mismo ocurre con los relativos al montaje: la articulación de nexos no es diferente a los nexos.

Se ha operado a través del establecimiento de una simple lista de posibilidades códicas (además incompleta, pues el cine es narración, es puesta en escena, lo que no está incluido como código), y sólo se ha buscado un elemento en común para agruparlos. Pero, reunir por un elemento en común y no por la realidad de funcionamiento de cada código es de hecho incorrecto, en tanto establecimiento de una categoría descriptiva que dé cuenta del funcionamiento de la realidad.

Podría pensarse que se nos ha propuesto no una tipología con coherencia interna, sino que una simple lista de códigos posibles, de naturaleza heterogénea y que lo que sí tiene de coherencia son las grandes categorías que podrían agrupar aquella lista incoherente: lo tecnológico, lo estático y lo secuencial.

El primer problema con que nos encontramos en esa forma de operar es que el cine (el objeto real que pretendo describir) no es jamás estático, sino que es evidentemente secuencial, lo que hace imposible un análisis estático de algo que está en constante movimiento. Los análisis de Bouvier y Leutrat (1981) sobre la composición plástica de "Nosferatu" de Murnau, no es propiamente un análisis del film, sino que de cuál es la dirección de la fotografía del film, pues la composición plástica de un film es secuencial.

Lo propio de una tipología o de una categorización de códigos es que tenga una

utilidad, que permita generar frutos concretos desde el punto de vista de la actividad analítica. Veamos la propuesta códica planteada, en su conexión con las vías concretas para analizar un film. Casetti y Di Chio proponen un triple punto de vista:

- a) el análisis de la representación, que implica tres niveles,
  - 1/ la puesta en escena, los contenidos de la imagen. (debemos mencionar que los contenidos no fueron incluidos como códigos);
  - 2/ la puesta en cuadro o modalidades de la representación que implica hablar del tipo de enfoque visual que se da a los contenidos que muestran las imágenes. Estaría dado por los códigos referidos a lo técnico y a lo estático; y
  - 3/ la puesta en serie dada por los códigos relativos al movimiento. Sin embargo, cuando se habla de puesta en seriación de un film, evidentemente ella no es equivalente a la seriación de la imagen (la seriación del montaje o la edición no es equivalente a la seriación de las letras, ya que la seriación de la imagen organiza el film, no así la de las letras). Entonces no habría una equivalencia códica como se podría plantear en el caso anterior.
- b) el análisis de la narración que implica el estudio de los personajes y acciones, lo que nos dice la imagen. Es bastante similar al análisis de la puesta en escena, que por lo demás no tiene un correlato con los códigos propuestos.
- c) el análisis de la comunicación relativa al análisis de la estrategia comunicativa del autor respecto a un lector prefigurado, de modo más o menos consciente-inconsciente. Esto implicará el análisis desde el punto de vista de la cámara: objetiva, subjetiva, irreal, interpretativa, los recorridos visuales, la focalización, etc. Se incluyen códigos técnicos, secuenciales y estáticos.

Luego, es evidente que la descripción de los códigos propuesta por Casetti y Di Chio, sólo tiene como función el ser una orientación analítica, en vías al análisis comparativo de una manifestación códica en textos filmicos disímiles. De allí las estrategias de análisis que ellos implementan. Podemos, entonces, retomar desde otra perspectiva las razones dadas por Aumont y Marie (1988) respecto a la inutilidad de la noción de código (propuestas incoherentes, superposición, etc.) y no verlas en definitiva como una crítica al trabajo de Casetti y Di Chio, pues como ellos mismos lo dicen, el análisis de films debe entenderse como trayectos de análisis donde se toma un segmento, se le analiza en profundidad desde cualquier perspectiva códica, para después articularlos y buscar una coherencia organizadora. De allí que esta exposición del trabajo de Casetti y Di Chio no tenga una función crítica, sino que más bien su sentido ha sido estudiar los problemas implicados en el uso de la noción de código. El trabajo de Casetti y Di Chio (1990) es una contribución importante para el diagnóstico de las vías posibles de definición de los códigos como para la descripción de los problemas que la noción de código plantea, al igual que el trabajo de Aumont y Marie. De hecho, ambos llegan al mismo resultado: se termina por hacer un análisis de sub-conjuntos del film, sin establecer una coherencia interna válida, pues en definitiva, no quedarán más que trayectos analíticos imposibles de acumular (salvo con respecto a una expresión códica), lo que implicaría un desequilibrio en la forma de funcionamiento de la acumulación del saber del texto filmico como globalidad.

Pareciese ser que la alternativa no existe. Un análisis con códigos tiene en definitiva el mismo efecto que un análisis sin código. Aumont y Marie, sin embargo, nos dan una salida analítica posible: el problema no está en la existencia o no existencia de códigos sino en la definición que hemos dado de ellos.

Hay tres criterios que debemos tener en cuenta respecto a la definición de los códigos: los códigos no son cerrados ni autónomos, no son reglas comunes entre significantes textuales y significados otorgados por los receptores, ni son una mera manifestación de la operatoria

técnica que genera la información audiovisual; a la inversa, ellos se interrelacionan con otros, son prácticas o sistemas significantes, y sí operan como forma de transmisión de la información es porque perceptivamente una cultura o una sub-cultura le asigna el carácter de espacio de representación. Veremos cada uno de los tres criterios, en vías a constituir una definición de los códigos que nos permita una salida analítica a este desequilibrio teórico.

### **Los códigos funcionan en su interrelación con otros códigos.**

No podemos entender los códigos como cerrados, autónomos. Como dicen Aumont y Marie, los códigos están interrelacionados en su funcionamiento y dicha interrelación no es universal, sino que depende de cada texto concreto. Ni siquiera depende de un autor o de un tipo de práctica cultural, salvo aquellas reglas que singularizan la forma de funcionamiento de una práctica significativa en una época histórica específica (como la puntuación del cine narrativo clásico estudiada por Metz, las reglas del discurso político estudiadas por Verón, la singularidad del discurso publicitario estudiada por Péninou y Durand, la especificidad de la teleserie estudiada por Moraña). Significa que los códigos deben entenderse como susceptibles de relaciones entre códigos, generándose así vehiculizaciones de información producidas por cada código, como otras producidas por la interconexión de códigos.

### **Los códigos son significantes textuales.**

Los códigos, entonces no serían más que formas de funcionamiento significantes, o si se quiere soportes textuales, o vehiculizadores de información que transmiten sentido, energía (información semántica y pulsional) a partir de su propia singularidad de funcionamiento. Esto es, son soportes de información, en tanto que transmiten una información específica ligada a la cualidad del soporte.

Por ejemplo, los planos generan información respecto a la cercanía o lejanía de lo que registro, los encuadres respecto a sí lo que veo sigue la línea cielo/tierra o no. Esto es, sí lo que veo en la imagen lo pudiese mirar estando allí o si obedece a un punto de vista del director (encuadres inclinados), lo cromas los relaciono con los otros cromas, y con la cantidad de luz como de la saturación que allí se expresa, pues así los veo en la vida cotidiana, y ello algo me dice. Los objetos, los personajes, sus acciones, los decorados, el vestuario, corresponde a lo que veo tanto en la vida cotidiana como en el teatro y en la puesta en escena televisiva y/o cinematográfica, son los nudos dramáticos presentes o presupuestos que algo me dicen, etc.

Sin embargo, existe otra información que también dan los textos y que corresponde a la ligazón que hacen unos sub-conjuntos significantes con otros. La perspectiva, por ejemplo, no es producto de un código, sino que puede generarse a través del tratamiento cromático: cromas más oscuros en la figura, y un fondo más desdibujado puede generar la perspectiva, pero ello supone una figura, una disposición espacial de los objetos. Luego la perspectiva puede generarse a través del tratamiento narrativo en su ligazón con lo cromático. Sin embargo, también es factible hacerlo a través del encuadre y las angulaciones de toma, estableciendo un punto de fuga de los objetos establecidos por su disposición interna (narración + angulaciones), también podría tomar otra mezcla códica: narración + movimiento del lente, enfoco nítido a la figura y desenfoco al fondo. Y qué es la cámara objetiva y la subjetiva, sino la ligazón del encuadre con lo narrativo. En la cámara subjetiva

tomo en la imagen el punto de vista de un personaje. Esto es, lo que muestra la cámara es lo que estaría viendo tal o cual personaje de la puesta en escena.

Los códigos no son, entonces, reglas entre significantes y significados, ni entre emisores y receptores; sino que serían la materialidad a través del cual se vehiculiza la información, son los soportes para expresar lo que queremos, consciente o inconscientemente.

Los códigos son prácticas significantes: espacios perceptivos estatuidos por una cultura o sub-cultura específica.

No podemos plantear la existencia de códigos audiovisuales en general, sino que debemos estudiarlos al interior de cada práctica significativa particular. Esto es, los códigos no son contruidos abstractos de índole invariante, ni una mera operatoria tecnológica. Los códigos son de orden cultural, y dentro de ello, el criterio no puede más que ser él que una cultura o sub-cultura específica le asigne el carácter perceptivo de constituir una unidad relativamente homogénea.

Es la percepción compartida culturalmente la que le asigna a unos significantes el estar ligados a otros, constituyéndose un espacio en última instancia homogéneo. En última instancia, los códigos no pueden tener sino una autonomía relativa, pues lo que los estudios de Aumont y Marie nos demuestran es que cada código se interconecta con otros. Y si siguiendo a Casetti y Di Chio empleamos la noción de código es porque ella es una vía pertinente para acumular la información, frente a la heterogeneidad analítica absoluta a que llevaría su ausencia. Pertinente, en la exacta medida que una cultura les asigna el status de espacio o sistema de representación.

Eco (1968) señalaba que había tres grandes niveles en los que se podía situar la noción de código: a nivel del mirar la realidad perceptiva, a nivel del sistema de representación con que una cultura "simulaba lo real" (su verosímil representacional: cine, fotografía, pintura, etc), y a nivel de los sistemas de traducción (tecnología) con los que transformo "lo que miro" en representación.

Situarse a nivel del sistema de representación significa que lo que estamos analizando es la vehiculización de información que la imagen audiovisual de la publicidad política pudiese transportar, y no cual es la operatoria concreta que yo debo operar para generar una fotografía o un video. Y esto tiene una doble importancia: el lector de la imagen no lee la tecnología con que se generó la imagen (que por lo demás la ignora), y el generador no tiene en mente "una máquina", sino "una representación que quiere lograr", un tipo de imagen específica. Así en el caso de la televisión, la máquina de efectos especiales no constituye un código autónomo para el creador, pues la perilla de los cambios cromáticos (por ejemplo el wipe key) aunque esté cerca de la que genera barras y recortes de imágenes (por ejemplo, el wipe) no son su centro de reflexión: su preocupación consiste en ver la factibilidad estética y de sentido entre las modificaciones cromáticas que pretende hacer y lo que tiene cromáticamente en el antes y después de la secuencialidad de la imagen; su reflexión es, sí es pertinente tal o cual tipo de recorte de imagen en función de su coherencia estética y de sentido con respecto al tipo de edición puesta en marcha. Lo que es lo mismo decir que los colores debo relacionarlo con los colores, y la organización de la imagen con la sintaxis visual empleada.

Tampoco podríamos anclar en los códigos del mirar o sí se quiere del reconocimiento de lo real, ello nos llevaría a otro espacio, el de la vida cotidiana, y como allí percibimos lo que miramos, los códigos del mirar que nos interesan es el de aquellos incluidos en el espacio de

representación concreto.

Ahora bien, cual es el criterio para delimitar los códigos? El no puede ser más que etnográfico.

El primer criterio que nos da la observación de nuestra cultura blanca es que la pintura, el cine, el telediario, el video-arte, el video-clip, la telenovela, la serial, el documental, el magazine televisivo, la fotografía, el spot publicitario, entre otros, son prácticas relativamente autónomas. A ello ha contribuido la Semiología de Primera Generación, en función a que nos ha provisto de la descripción de la especificidad de cada una de estas prácticas concretas.

Ello implica que no existen códigos comunes a la fotografía o al cine o a la pintura, sino que tienen una forma de funcionamiento particular. Significa, por ejemplo, que aunque en la fotografía y el cine existe un tratamiento de la distancia entre el objeto que registro y el lente (planos), el sentido o la función que cumple esta categoría es radicalmente diferente en ambas prácticas; luego aunque exista como realidad (aparente) en ambos textos culturales, su realidad de funcionamiento es radicalmente distinta. En la foto el plano es estático, en el cine y la T.V. es una fase de una secuencialidad. Allí lo que en un minuto es lejano, mañana podrá ser cercano. Si el plano puede ser un código fotográfico, en el caso del cine y la televisión, el plano es una fase de un continuum de planos, léase de una secuencialidad, lo que significa decir, a lo menos, que es sólo un sub-conjunto de un código más vasto.

Esto es, no podemos más que partir de cada práctica concreta, en tanto que sistema de representación específico.

Y al interior de cada sistema de representación, será la descripción etnográfica quien delimitará la viabilidad o no de cada código en función de los protocolos perceptivos a que da origen.

Así, respecto al cine y la televisión se postularán los siguientes códigos: código cromático, código narrativo, código organización de la imagen secuencial, código sonoro y código escriptural.

La pertinencia del código cromático (definido como cromas, brillo, saturación y su articulación específica) radica en los estudios empíricos sobre que no es el color mismo lo que significa, sino que la combinación específica de los tres sub-conjuntos descritos (Wright y Rainwater, 1962, páginas 89-99). Además las investigaciones semióticas sobre el cine narrativo clásico y sobre la cultura audiovisual dominante otorgan a lo cromático el papel de cualificador de la imagen (Metz, 1974, pág. 157): no es casual que en nuestra cultura blanca no existan tiendas que vendan objetos verdes, otros amarillos, etc, pues se considera que lo real son los objetos, y en cambio el color no es más que un atributo ligado a ellos. El tratamiento cromático cualifica, no es una realidad en sí, salvo en corrientes de la pintura contemporánea y en el video-arte, donde él se constituye como una realidad por si mismo. De lo que es posible deducir, que el tratamiento cromático, operando como una articulación perceptiva de cromas, brillo y saturaciones, se constituye como un marco perceptivo culturalmente homogéneo, sea porque en sí mismo opera como cualificador, sea porque emerge como trasgresor a ese rol, constituyéndose en una realidad autónoma.

La pertinencia del código narrativo definido como puesta en escena de sujetos (y/o objeto) en sus acciones, gestualidades, proximidades, vestuario, escenografía, y palabras radica en que la historia (lo que se narra) es un elemento básico en la lectura de un texto audiovisual. Baste señalar los estudios de Metz respecto al cine narrativo clásico, y el lugar que le detecta a la intriga en la secuencialidad filmica: ella articula el relato, lo demarca. La historia rige la puesta en imágenes, en

la exacta medida que es la narración quien la demarca: cada vez que hay un salto entre un segmento de la historia y otro, hay un tipo de montaje específico. Sí en el cine narrativo contemporáneo, el lugar asignado a la intriga puede variar, no constituyéndose en un demarcador de la puesta en imágenes, ello no significa que no se constituya en un sub-conjunto de transmisión de la información. El que precisamente ello sea una transgresión de la "episteme" del cine narrativo clásico, y que éste haya tenido y siga teniendo (pues la inmensa mayoría de los films hoy siguen siendo narrativos clásicos) una enorme influencia, nos permite postular la pertinencia de este código.

En el código narrativo hemos incluido las palabras en su desarrollo lexical, lo que significa alterar la percepción generalizada que lo sitúa a nivel del código sonoro. Ello obedece a la percepción de que las palabras en su contenido lexemático son vitales para comprender la historia: la narración no puede estar sólo constituida por lo que hacen los sujetos, sino para entenderla, es vital saber lo que los personajes dicen. De allí que no puede ser un criterio de inclusión en el código sonoro el que dicha información se exprese por medio de sonidos, lo que nos interesa no es la descripción formal y abstracta de como se transmite la información, sino que la percepción de ella: es al interior de la percepción de la intriga o narración donde intelibilizamos lo que se nos dice. Lo que se nos dice no opera como código sonoro, pues antes opera como "historia contada". Así Chion (1985) plantea la inexistencia de la banda sonora, al igual que Aumont y Marie (1988, pág. 207): "los elementos sonoros de un film se van analizando y distribuyendo inmediatamente en la percepción del espectador según la relación que mantienen con lo que se ve". Esto es, lo que se dice (palabras) es vital para comprender la historia.

La puesta en imágenes constituye lo que hemos denominado Código de Organización de la Imagen. Código en la exacta medida que el cine y la televisión son fundamentalmente imagen en secuencia, tal como lo demuestran los estudios de Metz anteriormente descritos respecto a la especificidad del cine como práctica cultural, distinto a otros sistemas de representación.

Ahora bien, porqué incluimos en un mismo código a los encuadres, planos, angulaciones de toma, movimientos de cámara y montaje o edición? Los incluimos en cuanto el cine, como la televisión, son fundamentalmente secuenciales. El carácter secuencial le permite diferenciarse de la fotografía y la pintura. Esto significa, que no detecto planos, encuadres y angulaciones de toma, sino que al mismo tiempo lo hago en función de lo que he visto y vendrá; ya en 1968, Eco hablaba de la "triple articulación del lenguaje cinematográfico" (Eco, 1968, pág. 283-287). Planos, Angulaciones y Encuadres son estáticos, pero lo que percibo son secuencialidades, y la secuencialidad es dada sólo por dos vías: o porque muevo la cámara (movimientos de cámara), o por algún tipo de corte de imágenes. Luego, son los movimientos de cámara y el montaje o edición quienes articulan perceptivamente y cognoscitivamente lo que veo. No es casual, entonces, que los postulemos como formando parte de un mismo código.

El código sonoro lo hemos definido como la música de las palabras, la música de los ruidos, y la música- música. La pertinencia de este código está basada en el saber acumulado respecto a la percepción musical, tanto por la psicología de la audición musical, como por la etnomusicología y la musicoterapia. Los estudios de Albert Wellek (1938- 1963) y de Robert Francès (1968) han dado fundamento a que la musicalidad es una competencia de lectura ampliamente difundida más allá que cualquier otra práctica cultural: "la experiencia ha demostrado que musicalidad y memoria efectiva permanecen con frecuencia intactas en caso de lesión cerebral, hasta el punto de que, a veces, la conservación de las habilidades musicales motrices contrasta

sorprendentemente con la destrucción casi total de la inmensa mayoría de las restantes facultades" (Wellek, 1978, pág. 172).

Sí la psicología de la audición musical nos ha descrito el lugar fundamental que la música ocupa en la "episteme blanca", la etnusicología ha contribuido al estudio comparativo de la posición que ocupa en otras culturas. Sin embargo, ello es claro para la música- música. Pero, ¿que pasa con los otros sub-conjuntos del código? ¿Son los protocolos perceptivos los que hacen de la música un código y no el ser significantes sonoros, ¿cual es el fundamento de hablar de "una música de los ruidos" y "una música de las palabras". El fundamento no puede más que estar i) en el desarrollo de la música contemporánea: la música concreta y la música electroacústica insertan los ruidos, los gritos (entre otros) en la estructura de la obra musical; y ii) en los descriptores por ellos desarrollados, que al describir la música como una onda ondulatoria del sonido (variaciones de intensidad en el desarrollo temporal: intensidad/frecuencia) ligan el sonido a la percepción musical pulsional al tener un parentesco estructural con las descripciones experimentales de W.Reich sobre la pulsión (Del Villar, 1992). Esto es, la música contemporánea, la radio, la publicidad, y la vida cotidiana han generado una pertinencia común de lo sonoro en tanto que música más allá de los fenómenos de entonación con que ha sido históricamente descrito el mensaje lingüístico. Las reflexiones Kristevianas sobre la literatura como música encuentran en los desarrollos precedentes no sólo un fundamento más, sino que un descriptor concreto de dicha forma de funcionamiento.

El código escritural es un código residual en el caso del cine (no así en la publicidad, donde tiene un papel central, pues él reitera la marca o identidad del producto) en tanto que sólo interviene en los créditos del film (al comienzo y al final), pues las letras eventuales de la traducción corresponde a una lectura automática, al igual que el tipo de letras en un libro. Sin embargo, el mismo hecho que en la publicidad tenga un papel preponderante hacen que él se constituya en otro nivel perceptivamente autónomo de vehiculización de la información.

Con este ejemplo, creemos relativamente explicado y fundamentado lo que estamos entendiendo por código, y los criterios que, desde un punto de vista perceptivo, hemos tenido en cuenta para su delimitación. Estableceremos que los códigos se delimitan por el sistema perceptivo y cognoscitivo a que dan origen; y para delimitarlos haremos uso de los saberes empíricos al respecto, como de la deducción formal.

Partiendo, que uno de los saberes acumulado en semiótica es que cada forma de funcionamiento textual tiene su propia singularidad, diremos que cada una tiene sus propios códigos. De allí que describiremos los códigos que vehiculizan la información para cada práctica significativa política en particular. Concretamente nos referiremos a: la fotografía, la gráfica publicitaria, diarios y revistas, la radio, la música, la televisión y las concentraciones masivas.

## **2. Códigos del texto fotográfico**

Los estudios de Roland Barthes (1961, 1970), de Johan Costas (1977, 1981), de Lorenzo Vilches (1987), de Gauthier (1976), y de Fernande Saint-Martin (1985, 1987), nos han permitido entender la sintaxis visual fotográfica. Y es a partir de ellos que es posible situar y coherenciar la vehiculización de la información fotográfica, desde el punto de vista aquí descrito. Cabe destacar que siendo nuestro objetivo la percepción fotográfica lo que trataremos es de

discriminar diferentes niveles o sub-conjuntos de vehiculización de información más que articular grandes estructuras o matrices de vehiculización. Será dicha categorización de niveles de vehiculización la que nos permitirá operar con sub-conjuntos significantes transmisores de la información, que muchas veces constituyen un sólo código para otras conceptualizaciones: encuadres, angulaciones de toma, planos, cromas, narración y espacialidad.

### - Encuadre

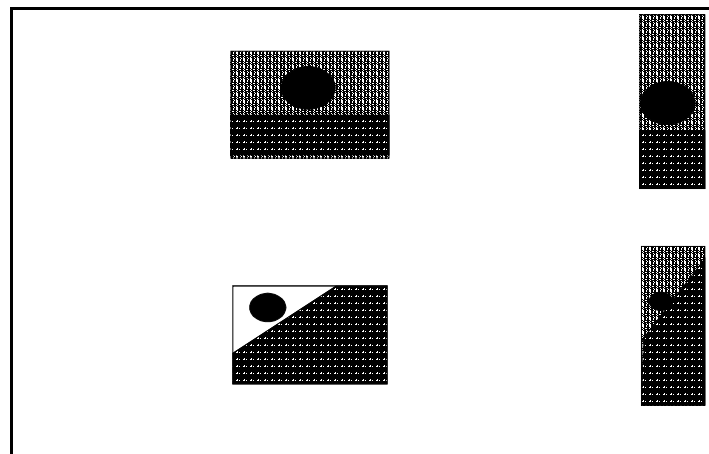
Encuadre es la porción de la realidad que yo decido registrar y por ello enmarcar (encuadrar) con la cámara.

Una formalización posible de los tipos de encuadre es factible de desarrollar basándose en dos grandes ejes:

-el tipo de formato que se privilegia, desde el punto de vista de que en uno prima la horizontalidad y en el otro la verticalidad, de acuerdo al formato rectangular de la foto:

la horizontalidad versus la verticalidad

-la mantención o alteración de la línea imaginaria cielo/ tierra. La mantención es como si estuviéramos en el lugar donde fue tomada la foto, en el rol de partícipes de lo que allí se ve. Por ello dice Gauthier (1976), que ante ella nos encontramos frente a una cámara subjetiva perceptiva, lo que quiere decir simplemente, que ese tipo de encuadre nos muestra "algo" que nosotros podemos "ver en nuestro propio encuadre de la vida cotidiana". En los encuadres que el eje cielo/tierra es alterado, se altera la percepción normal del lector por lo que decimos, siguiendo a Gauthier, que allí la percepción es objetiva: "no apela a la subjetividad del lector, sino que a este le llega la percepción del fotógrafo que la sacó". Nunca será un "estar ahí mirando aquello, sino que es alguien que lo hace mirar".



### - Angulaciones de toma

Muchos autores conceptualizan las angulaciones de toma al interior del concepto de



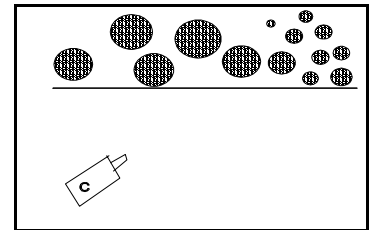
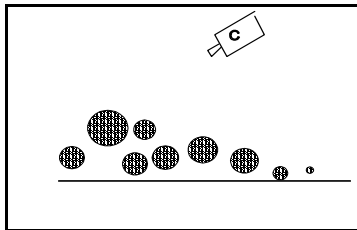
encuadre, en nuestro caso hemos definido el encuadre en un sentido más restrictivo (sólo referido a la mantención/ alteración de la línea cielo/ tierra, y al formato verticalizado u horizontalizados de la foto), dejando la inclinación de la cámara respecto al objeto como parte de un nuevo código, él de las angulaciones de toma.

Luego, no sólo a través de los encuadres se vehiculiza la información, también lo hacemos por la opción que hagamos respecto a la angulación de nuestra cámara en relación al objeto registrado. Sea cualquiera el tipo de encuadre, nuestra cámara puede registrar al objeto:

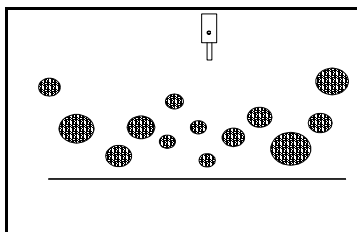
-frontalmente:

CAMARA----->OBJETO

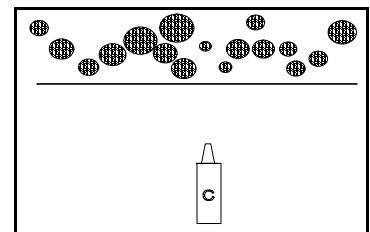
-con una angulación de 45 grados,      -con una angulación de 45 grados enfocando la cámara hacia se enfoca hacia ABAJO, a esto    arriba, a esto se le denomina Contra Picado a esto se le denomina Picado:



-a Plomo, donde la angulación es de 90 grados, enfocándose hacia abajo perpendicularmente:

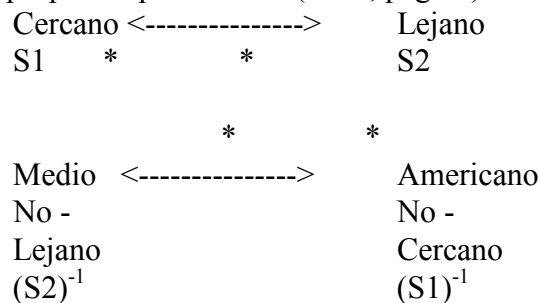


-inversa a la anterior, se enfoca perpendicularmente hacia arriba:



### -Planos:

A la cercanía-lejanía de la cámara respecto al objeto la denominaremos planos. Una formalización propuesta por Vilches (1983, pág.52) nos dice:



Los planos se diferencian, entonces, por la oposición lejanía versus cercanía. Una ejemplificación antropomorfa de ellos sería:

- Plano General, Plano de Conjunto: se refiere al objeto visto totalizadamente; esto es **lejano**.
- Primer Plano, Primerísimo Primer Plano: cuando se representa la cabeza, desde los hombros; o una oreja; o un rostro. Esto es **cercano**.
- Plano Americano: cuando se corta al objeto o la persona por las rodillas, o su inverso. Esto es **no cercano, aproximándose al lejano**.
- Plano Medio: cuando la figura aparece cortada por la cintura: Esto es **no lejano, aproximándose al cercano**.

Sin embargo, esta ejemplificación es sólo ilustrativa, pues en estricta lógica la distancia es relativa. Es lo cercano lo que permite definir lo lejano y viceversa; significa decir lo que todos sabemos: no hay nada cercano ni lejano, lo que definimos como cerca determina el lejos y determina el cerca.

### - Narratividad:

Existe una extensa bibliografía sobre la narratividad, sobre el relato, sobre como se cuenta "una historia" en la literatura y en el cine. Sin embargo, ella nos provee de una descripción abstracta, válida para toda narración. Christian Metz (1968) nos permite fijar el marco donde debemos definir lo que entenderemos por narratividad. Metz estudia la narratividad en el cine. Y de lo que se trata, siguiendo a Metz (1968), es de saber "como se cuenta una historia en imágenes", esto es, a través de que significantes audiovisuales se nos cuenta, se nos dice algo. El desarrollo de la intriga en el cine implica saltos de espacio, saltos de tiempo, y, sobre todo, tiene un soporte específico: "la puesta en escena", lo que muestra la imagen.

En este punto no estamos describiendo la vehiculización de información en el cine, sino que la fotográfica. Sin embargo, en la fotografía hay un objeto real fotografiado, o a lo menos,

manchas abstractas, simulaciones del laboratorio fotográfico y del lente. La Fotografía es estática, pero en su estaticidad que le es propia, también nos dice algo, nos "cuenta algo", nos narra.

Y en publicidad política fotográfica, decir algo es de suma importancia, pues el Lector debe, a través de la fotografía, no sólo recordar al candidato, sino que asociar a él un atributo, o si se quiere ensoñaciones específicas. De allí la importancia del código narrativo.

Ahora bien, ¿cuáles son los sub-conjuntos que operan en lo que hemos dado en llamar código narrativo?.

Podemos decir que él opera en términos de lo que hemos denominado puesta en escena, en lo que nos muestra la imagen fotográfica. Y ella nos muestra:

- personas, \*
  - situaciones,\* ----->
  - decorados, \*
  - \*
- UNA  
PUESTA  
EN  
ESCENA

Dicha puesta en escena es algo más que la articulación de personas, situaciones y decorado. Es "**una gestualidad y una proxémica al interior de una escenografía**". Esto es, no sólo vehiculizan información los objetos, las personas y las acciones que en la foto se realizan en el contexto de "un decorado" artificial o natural (y de una vestimenta específica), sino que las relaciones de proximidad/lejanía que se establecen entre todos los elementos anteriores "crean un ambiente", nos expresan un sentido (proxémica). Pero, también la postura, la posición de los ojos, el tipo de movimiento del cuerpo que ha sido detenido por la impresión fotográfica. Todo ello también expresa una información. Hay en el registro fotográfico una gestualidad en acto que expresará atributos tanto del candidato mismo como de la ensoñación política que se someterá a la consulta ciudadana.

Hasta el momento hemos hablado del encuadre, las angulaciones de toma, los planos y de la puesta en escena específica registrada (narración). Pero, los códigos no funcionan sólo, sino que se interrelacionan a otros códigos creando instancias específicas de transmisión de la información por su interrelación. De allí el "concepto de campo/ fuera de campo" y de "cuadro/ fuera de cuadro", que no son equivalentes, Gauthier(1976):

```

=====  ===  =====  =====  =====
*****  =====  =====  =====  =====
* Encuadre *====Fuera de=====  =====  ==  =  =====  =====
*          *====Cuadro  =====  =====  =====
*****  =====  =====  =====  =====
    
```

Todo encuadre supone un fuera de cuadro. Lo que significa que no captamos todo, sino una porción de la realidad. Todo encuadre, cualquiera que sea la angulación de toma que escojamos, el plano y el encuadre presupone "que dejamos algo fuera": objetos/ sujetos narrativos sin registrar.

Sin embargo, cabe señalar que todo encuadre, angulación, planos y objetos/ sujetos

narrativos registrados puede operar de dos formas:

- constituyendo una totalidad cerrada. En este caso hablamos de que constituye un CAMPO VISUAL: o

- constituyendo un espacio que hace explícito "otro espacio" que no está en la imagen, pero si la imagen que observo me habla que existe. En este caso hablamos de la existencia de un FUERA DE CAMPO.

### **Tratamiento Cromático:**

-

La fotografía no sólo nos entrega información por medio de lo especificado anteriormente, sino que por el tratamiento cromático que a ella se da. Los cromas intervienen por medio de varias vías. Se impregnan en la foto, pues: i) pertenecen al campo cromático de los objetos registrados, son propios de los objetos que se decide fotografiar, por lo que la elección del tratamiento cromático ha sido también una elección fotógrafo; ii) pertenecen a la manipulación que se hace a través de la iluminación cuando se registra la foto; y iii) pertenecen a la manipulación que se hace en el laboratorio, a través de procedimientos químicos.

Cabe preguntarse qué son los cromas, o cuáles son los constituyentes del código cromático. También es pertinente cuestionarse si es verdad que los colores transmiten información y con qué criterios podríamos afirmarlo.

**Respecto a la pertinencia del código cromático,** existe gran cantidad de investigaciones empíricas que demuestran que los colores transmiten información. Wright y Rainwater (1965) realizaron un análisis factorial de una encuesta a hombre y mujeres de Alemania Federal (1957). Ellos determinaron que los juicios respecto al color no eran tan heteróclitos como personas había, sino que eran susceptibles de agruparse en "tipos de personas". Así algunos cromas significaban calma, otros elegancia, etc.. Se detectó, además, que no era sólo el cromatismo lo que implicaba una connotación específica, sino que de la luminosidad y la saturación: "la connotación de felicidad depende algo de la luminosidad y la saturación, pero apenas está relacionada con el matiz" (Wright y Rainwater/1965, pág 314). Por otra parte, Kansaku se preocupó de estudiar la combinación de cromas. El demostró: i) que las combinaciones de colores daban determinadas connotaciones específicas; ii) que los "coeficientes de correlación entre la escala armonioso/no-armonioso y las escalas que presentaban altas cargas de placer eran constantes y elevadas" (Kansaku/1965, pág 322); y que iii) al aumentar la diferencia de matiz decrecían los valores de las sensaciones.

De estas investigaciones empíricas es posible deducir que:

a) cada dispositivo cromático vehiculiza información tanto desde el punto de vista de la lectura como desde el punto de vista de quien lo genera;

b) las connotaciones vehiculizadas por lo cromático no son heteróclitas, sino que obedecen a una coherencia sociocultural;

c) las connotaciones no son universales, sino que dependen de cada idelecto visual, propio de cada subcultura y/o universo cultural;

d) lo cromático es un dispositivo, no sólo el cromatismo connota, lo hacen también el brillo o el tono y la saturación;

e) la connotación es un todo articulado. Una determinada connotación depende de la articulación de los otros componentes y no de un elemento en sí;

f) los tipos de combinación realizados dentro de una cantidad de mundos posibles cromáticos, producen un efecto connotativo y cultural, como placer, brillo, vigor, calor, etc.; y

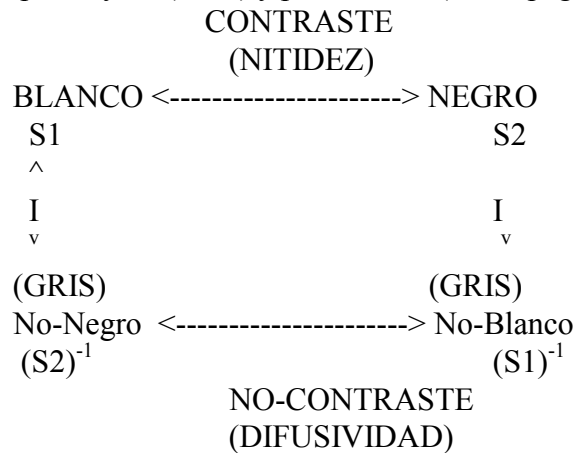
g) que la armonía cromática está ligada al placer visual en los grupos socioculturales dominantes de la sociedad blanca.

El color funciona, entonces, como un dispositivo integrado por tres sub-conjuntos:

1) EL MATIZ o croma o color mismo.

2) LA SATURACION, se refiere a la pureza de un color respecto al gris, o si se quiere cuán diluido se encuentra el color.

3) EL BRILLO, que va de la luz a la oscuridad, se refiere al valor de las gradaciones tonales, correspondiendo en el caso de la fotografía, el cine y la televisión a la iluminación. Es la oposición entre luz (blancos) y oscuridad (negros) quien constituye el "contraste" que da nitidez a la imagen. A la inversa, la ausencia de contraste produce el terreno de los grises o no-nitidez o difusividad. Una formalización de esto, utilizando el esquema axiomático del "cuadrado semiótico" es el propuesto por Payant (1979) y por Vilches (1983, pág.49):



Los sub-conjuntos descritos conforman un todo articulado, siendo la conjunción específica de la singularidad de estos subconjuntos las que producen una connotación y un goce pulsional.

#### - Espacialidad:

Tanto los Encuadres como las Angulaciones de Tomas, Campo/Fuera de Campo, Planos, Cromas y Narratividad. **En su articulación concreta producen un Efecto de Profundidad/No Profundidad específicos.** Esto es, establecen relaciones espaciales.

La fotografía, a menos que sea holográfica, es plana. Luego, nos crea "una ilusión de profundidad". La profundidad/no-Profundidad (según sea los objetivos de la estrategia persuasiva) le dan una significación particular a los objetos y personas registrados.

Ahora bien, la espacialidad específica generada depende de las relaciones que se establezcan entre los códigos precedentes. La espacialidad, más que ser un código autónomo, es producto del efecto de la interrelación de algunos y/o todos los códigos.

Si se opta por la vía de crear la profundidad, ella puede ser producto de:

- la interrelación de lo narrativo, concretamente de la composición plástica de lo que

ha registrado la imagen (disposición de los personajes en su situación específica y entorno), con el encuadre escogido, la angulación de toma, y los planos, en función de constituir un punto de fuga, que proyecte la composición de lo registrado al interior de un sistema perspectivista;

- la interrelación de lo narrativo, concretamente de la composición plástica de lo que ha registrado la imagen, con el tratamiento cromático, sea enfocado (figura)/desenfocado (fondo), o su inverso, sea estatuir un contraste absoluto entre figura (luz)/fondo (obscuridad) o su inverso, etc..

- la interrelación de las dos vías anteriores.

Si se opta por la vía de rechazar la profundidad, ella podría presuponerse producto de la inversión de las vías anteriores.

Hasta el momento hemos hablado de los encuadres, de las angulaciones de toma, de los planos, de la puesta en escena, del campo- fuera de campo, y de lo cromático. Hemos dicho que ellos son códigos fotográficos, es decir, sub-conjuntos relativamente autónomos de vehiculización de la información. En tanto que transportadores de información, entendemos que según se ordenen u operen en forma determinada están posibilitando que su interpretación se haga de determinada forma. ¿Cuál forma?. Ello depende de los mundos posibles del Lector y de sus condiciones de recepción. Si no hubiesen más códigos que los mencionados, y se generara un encuadre horizontal de un primer plano de un candidato situado a la izquierda, dejando un espacio vacío que insinúe un fuera de campo. Si suponemos, además, un lector chileno urbano de clase media, quizás la fotografía sería susceptible de interpretarse como "que con el candidato que vemos en primer plano a la izquierda hay todo un camino por recorrer". Si colocásemos un candidato a la derecha, también en primer plano, constituyendo un campo visual, y a la izquierda de él insinuásemos, por medio de cromas grises y negros la idea de oscuridad o vacío; nuestro lector supuesto podría asociarlo a la idea de "orden, seguridad".

Recordemos que el texto cultural sólo pone un marco, pero el lector, a partir de él, interpreta según sus mundos posibles. Mundos posibles que podemos detectar y prever, contrastándolos con la estructura que daremos a nuestro texto persuasivo.

### **- Lo lingüístico:**

Hemos hablado de la Foto. La descripción precedente acerca de las vías a través del cual vehiculiza información es válida para la foto en sí. Sin embargo, en Cultura Audiovisual, ella tiene dos concreciones generalizadas: al interior de Diarios y Revistas, y como Afiche.. Si opera inserta en un Afiche con Un Tratamiento Gráfico de Líneas, Cromas, Espacialidad Pictórica, hablaremos de un afiche propiamente tal; si opera sólo como Foto, al cual se le agrega un texto lingüístico diremos que es una Foto Publicitaria. Estas denominaciones sólo son con fines analíticos de diferenciarlas entre sí, en cuanto suponen distintas vehiculizaciones de la información. Sin embargo, en estricta lógica sociológica, ambas no son más que afiches.

Es en ese contexto que desarrollaremos la inclusión del código lingüístico al interior de la fotografía publicitaria.

Ahora bien, lo lingüístico transmite información en la foto publicitaria a través de tres grandes vías:

1.-**El contenido del texto lingüístico.** Esto es, el mensaje que expresa el texto lingüístico como globalidad, desde el punto de vista del sentido que allí se manifiesta. La Lingüística

Saussuriana, como la Semiología Clásica pusieron énfasis en el texto lingüístico como información de sentido. Se pensó que el lenguaje era un sistema de signos donde existía una cadena significativa (los sonidos de la lengua hablada, las letras de la lengua escrita, aunque de hecho la lingüística dio más importancia a lo hablado, pensando equivocadamente que lo escrito era una representación de lo hablado), y donde existía una cadena significada, que eran los contenidos que se transmitían. Se pensó que los significantes no eran más que un vehículo de sentido. En sí mismos no entregaban ninguna información.

La lingüística de la Edad Media pensaba que los significantes transmitían una información, que los significantes expresaban sentido en sí mismo "por su sonido": la **T** era dura, por ejemplo **Té**, **María Pía** era suave, pues su cadencia de sonido imposibilita que nos enojemos con ella, a menos que hagamos una pausa entre **María** y **Pía**.

Si la lingüística pensaba esto en la Edad Media, la lingüística contemporánea pensará exactamente lo contrario. Las excepciones a la conceptualización anterior eran la regla: es cierto que la **T** es dura en **Té**, pero qué pasa en **Tía**. Tía es suave. De allí la lingüística contemporánea, de allí Saussure y Martinet. Martinet (1965) pensará que los significantes no significan nada. Son sólo distintivos. Constituyen la segunda articulación del lenguaje. Primero pienso en las ideas que voy a expresar (primera articulación), y después pienso en cómo lo digo, en los significantes que no significan nada, y que sólo sirven para transmitir sentido (segunda articulación).

Será Lacan (1966) y Kristeva (1973) quienes percibirán que los significantes sí significan. Son "la música de las palabras", y nos dejamos llevar a veces más por ellas que por los sentidos que expresa. Un niño aprende a hablar no inteligibilizando sentidos, sino que manifestando trazas energéticas, ritmos, cargas y descargas de energía.

Será Kristeva, al interior de la descripción del texto literario, quien acuñará la idea de pensar a las palabras como música, aún cuando no proponga una metodología para aprehender la información de lo que esa música expresa.

Existe una extensa bibliografía para la descripción de lo que un texto lingüístico transmite respecto al sentido, tanto desde el punto de vista de aprehender las categorías que inconscientemente expresa el emisor (reenciamos al lector a los textos de Lévi-Strauss, de Greimas, de Eco. de Darrault, de Coquet), como desde el punto de vista de captar las Lecturas que son susceptibles de leer por un Lector (reenviamos a nuestro lector a la obra de Barthes, 2<sup>a</sup> etapa, de Teun A. van Dijk, etc.);

## 2.- La música del texto lingüístico.

Lacan (1966) había hecho conciencia de la importancia del significante. A posteriori, también Lyotard (1973,1974), Deleuze-Guattari (1972,1980), etc. Kristeva (1974,1977,1980,) habían asociado el significante a la música de las palabras. Sin embargo, no había en su propuesta una metodología específica para hacer frente al desafío que significaba transgredir todo el edificio contemporáneo respecto a la cultura pensada siempre como contenidos: valores, actitudes, motivaciones, ideas. Esto es, siempre como "razones" y aunque se aceptaban "las lógicas del corazón" ellas eran "lo que eran, corazón", el espacio de lo emotivo, que no conoce razones y que no vehiculiza ninguna información salvo "emotividad".

Nuestras investigaciones (Del Villar, 1989,1992 ) ligaron las teorizaciones precedentes con las teorías contemporáneas de la música electroacústica y con la formalización algebraica

propuesta por Dedikind en función de proveer una herramienta metodológica para procesar (descubrir) la información que expresa la música de las palabras. Una síntesis de dicho descriptor será desarrollada cuando describamos a la Música como vehiculizador de la información;

### **3.-La transcripción gráfica de las letras.**

Lisa Block de Behar (1973) detectará otro nivel de vehiculización de la información en el texto lingüístico publicitario. Block de Behar detecta la importancia que adquiere en Publicidad las Transcripciones Gráficas de las Letras, en tanto que ellas son vehiculizadoras de información, a diferencia de los otros textos lingüísticos.

Si en una novela el tipo de letras (más gruesa, delgada, estilizada, barroca, romántica etc.) no significan nada, pues la lectura se desarrolla automáticamente. Este no es el caso de la publicidad donde el tratamiento gráfico de las letras si significan. Sería publicitariamente inconcebible publicitar un camión a través de letras delgadas, pues se supone que este vehículo tiene que ser fuerte;

### **4.-La articulación de todos los códigos precedentes.**

La descripción por códigos sólo pretende entregar una herramienta analítica para describir en su proceso de gestación, las lecturas susceptibles de ser leídas en una propuesta visual.

Sin embargo, cada código no opera en forma independiente, sino que se nutre de los otros. De allí que debemos pensar que la vehiculización de información de la fotografía constituye un todo articulado.

Tampoco sería analíticamente factible pensar que haya un código dominante, pues, si bien es cierto que en la fotografía es importantísima la vehiculización gestual, "un gesto persuasivamente pertinente" puede ser neutralizado por colores que no lo son o reatralimenten una lectura opuesta, o a lo menos diferente a la prefigurada.

En publicidad política, muchas veces se sobrevalora la importancia de lo gestual. Hay diagnósticos científicos de su importancia; uno de ellos fue la Campaña Presidencial del ex-presidente John F. Kennedy, donde su presencia en la Televisión, como asimismo en una fotografía periodística ampliamente difundida antes de la elección, son ligadas al aumento de las preferencias electorales. En la fotografía, Kennedy aparece en plano medio, visto de perfil, los ojos hacia lo alto, las manos juntas. Su gestualidad expresa "juventud, espiritualidad, pureza" (Barthes, 1961/ pág. 119). Connotaciones que son posibles "porque existe una reserva de actitudes estereotipadas previas" (Barthes, 1961/ pág. 119). Esto es, porque ellas son reconocibles en los mundos posibles del electorado americano. Sin embargo, ellas operan porque los otros sub-conjuntos de la fotografía así lo realzaron. Si los colores, el tratamiento de la luz, el fondo escenográfico y las angulaciones de toma no hubiesen sido pertinentes, no se hubiesen dimensionado lo suficientemente la gestualidad puesta en acto.

### **3.Códigos de la Gráfica.**

Hemos denominado Texto Gráfico a aquel texto que, incluyendo o no fotografías, se singulariza por ser una composición cromática y/o lineal. Como tal, constituye un tipo de afiche persuasivo, similar al anterior, pero que se diferencia por su carácter gráfico, lo que implica códigos



específicos.

### - Tratamiento de la Línea.

La línea se define por ser un punto en movimiento. Pero, ésta es una definición demasiado general. Hay distintas definiciones de su significado concreto, dependiendo de la teoría pictórica que hable a través de su autor.

Podemos singularizar dos descripciones antitéticas acerca de lo que es el tratamiento lineal y prefigurar una tercera que incluiría a las dos anteriores.

- Una de dichas posibilidades teóricas es pensar el texto plástico como "una representación de lo real", aún cuando el texto generado sea de índole abstracto.

Tal es el caso de Dondis (1973). Para Dondis toda Línea manifiesta un contorno. Los tres contornos básicos son el círculo, el cuadrado y el triángulo equilátero. La razón radica en que geoméricamente lo son. La Geometría no es más que una abstracción de lo real, de lo que es posible percibir con nuestros ojos. Luego, se trate de un texto que simula lo real, sea a través del tratamiento de la línea valorada que dará la tridimensionalidad, sea a través de una línea que no denota cambio de dimensionalidad, o se trate de un cuadro abstracto, siempre estaremos frente a algo susceptible de geometrizar; pues en definitiva se trataría de objetos que se miran y se expresan más o menos fielmente, o de manchas no figurativas que no son más que la abstracción de objetos visibles que se guardan en la memoria. De allí siempre el tratamiento lineal es representativo", es "un espacio de representación".

Ahora bien, como espacio de representación la línea no sólo dibuja un contorno, sino que tiene una dirección: curva, horizontal-vertical, y oblicua. Esto es, las direcciones básicas visuales son aquellas ligadas a las tres figuras geométricas básicas. Básicas porque se insertan en "una estética representativa", que es sólo "una de las posibles". Cabe señalar que línea tiene también movimiento, movimiento que es descrito en el mismo contexto precedente.

Otro planteamiento algo diferente, pero en definitiva similar al anterior es el de Munari (1976). Para Munari existe un universo de formas. Las formas reenvían en su obra al tratamiento lineal. Ahora bien, hay dos tipos de formas: las geométricas y las orgánicas. Las primeras son variantes de los tres tipos de abstracciones básicas que son el triángulo equilátero, el círculo y el cuadrado. Si la geometría es una abstracción del contorno de los objetos visibles, los objetos susceptibles de mirar no son más que una variante de las tres figuras básicas. Hasta ahí, Munari sigue a Dondis. Pero da otra descripción de lo abstracto, lo no figurativo, que para él es el dominio de lo biológico, de lo natural. Las nervaduras de una hoja, los granos de arena vistos a través de un lente, etc.. Incluye el dominio de la naturaleza no percibida cotidianamente, ya sea porque no tenemos tiempo de mirarla, o porque la ampliamos a una escala no percible por nuestros sentidos. Allí hay una descripción de lo abstracto, una propuesta de mirar lo abstracto como representación de la naturaleza.

Para André Lothe los elementos pictóricos por excelencia son el dibujo, el color y el claro-oscuro (1939). Posteriormente añadirá el ritmo. Entiende por dibujo al tratamiento lineal. La función de la línea es la de significar, la de dar sentido. La función del claro-oscuro es la de imitar lo real. Entonces la función de la línea no es inscribir objetos visibles, en tanto que imitación de lo real, sino que expresar sentido. No existe un valor en sí de la curva, de la recta, etc., sino que su valor depende exclusivamente del grupo de oposiciones en donde la ha situado el dibujante. Depende de su

ritmo y el rol del pintor consistiría en inscribir líneas y organizarlas o componerlas, según su interés plástico. Interés plástico que consistiría en ofrecer al ojo una serie de signos nítidos y bien articulados que prevalecerán entre sí por la virtud de su reacción. Entonces, la función del pintor, será elevar el desorden de las figuras que yo miro en la vida cotidiana a "una organización luminosa de lo escritural". La tela será el espacio de esta escritura plástica donde el trazo (línea) más que registrar contornos visibles que imitan lo real (función del claro-oscuro), tratará de jugar expresando ritmos, oposiciones curva/recta, etc., tratando de inscribir una obra de arte plena de significación.

Paul Klee y Jean-François Lyotard tendrán una posición teórica diferente. El trazo no tiene por función significar el mundo exterior. La línea es expresión del deseo, del mundo interior, es el cuerpo en la tela. No se trata de representar el mundo exterior, sea este visible, abstracto u orgánico. La línea es un lugar onírico, es el lugar de nuestras ensoñaciones. "El arte cruza las cosas, transgrede tanto lo real como lo imaginario" (Klee, 1964, pág.42). "El trazo no denota los significantes de un discurso, ni los contornos de una silueta, es el trazo de una energía que condensa, desplaza, figura y elabora, sin considerar lo reconocible" (Lyotard, 1974, 239).

Podemos decir entonces, que al menos existen dos tipos de formas de funcionamiento lineal en el texto: la línea es inscripción de cosas visibles o abstracciones de ellas, y la línea es inscripción de un mundo interior, de energía, de fobias, de tensiones, de expansión o de distensión pulsional. Al mismo tiempo podemos decir que la línea se manifiesta como articulación de líneas, como oposiciones entre unas y otras, expresando a la vez que una posible inscripción de "cosas visibles", una inscripción de flujos pulsionales.

#### **- Tratamiento Cromático.**

No sólo existe un código lineal en la gráfica, sino que también uno cromático. El tratamiento cromático establece:

- a) la textura o simulación de una percepción táctil, al igual que el tratamiento de la línea;
- b) el contorno de objetos, su nitidez a través de contrastes cromáticos. Delimitación de objetos que son susceptibles de realizar también por la línea;
- c) relaciones de profundidad/no-profundidad, de acuerdo a las variaciones de tono que establezca;
- d) una manifestación de sentido; y
- e) una manifestación de información pulsional.

Todo ello se da en el contexto anterior, es decir, a través de cromas, brillo y saturación en forma articulada.

#### **- Tratamiento de una narratividad.**

Reenviamos al lector a las páginas precedentes.

#### **- Tratamiento de las palabras.**

Reenviamos al lector al mismo lugar.

#### **- Tratamiento de la fotografía.**

La fotografía puede o no estar incluida en la gráfica como un sub-conjunto de ella. Si lo está, debemos pensarla como un código, compuesto a su vez por sub-códigos propios de su forma de vehiculización específica ya descrita.

#### - Tratamiento de la espacialidad.

Este código ha sido tratado en la descripción precedente de la fotografía. Debemos reiterar que se constituye a través de la ligazón de los otros respecto a la estructuración de un espacio.

#### - Articulación de los códigos precedentes.

Los códigos no podemos entenderlos como sub-conjuntos aislados, sino que en sus interrelaciones concretas van vehiculizando la información que ellos manifiestan.

### 4. Códigos de la foto de prensa.

La fotografía con sus códigos propios se inserta en la prensa escrita, constituyéndose en una singular forma de funcionamiento significante.

En una investigación realizada en una muestra de periódicos españoles, Vilches (1987) determinó que la "mayoría de los diarios estudiados dedican la mayor parte de la superficie fotográfica total a las páginas impares", (Vilches, 1987, pág. 59). El mismo estudio demostró que la inserción de la foto en el periódico tiene una zona de preferencia: "la tendencia general consiste en concentrar las fotos en el eje superior y, dentro de este, favorecer la zona derecha" (Vilches, 1987/ pág. 60). Esto significa que la fotografía se inserta en la prensa con una sintaxis (organización) ya prevista. Esto supone un saber del lector respecto a la lectura. Diremos que tiene una competencia para leer diarios y revistas, competencia o saber que le permite al lector captar la importancia que se le da a la inclusión de la foto.

Debemos tener en cuenta que la lectura de un diario o revista es discontinua: puedo comenzar en cualquier lugar, saltarme espacios, etc.. A diferencia de la lectura que se realiza en la televisión o en el cine hecha con el ordenamiento sucesivo que escoge el director. En el caso de diarios y revistas, es el lector quien arma su recorrido por las páginas de la prensa.

De igual forma debemos considerar que una foto no presupone un sólo recorrido de lectura. La gestalt prefiguró los recorridos visuales de una imagen, pero la evidencia empírica demostró que la excepción a dicho recorrido prefigurado era la regla. Hoy, a la luz de las investigaciones semióticas, se ha llegado a la descripción de lo que se interpreta son significaciones, y de acuerdo a la teorización expuesta en el presente libro, diríamos significaciones y pulsiones. Es decir, en la fotografía el lector percibe informaciones dadas por los códigos fotográficos y se fijará (segmentará) en aquellos que le llaman la atención según sus mundos posibles y la situación de comunicación concreta. Uno de esos mundos es saber cómo opera la foto en cuanto foto. Por ejemplo, saber que si una persona está en primer plano y otra lejana, la primera está en una situación de importancia o, al menos se le está dando un importancia.

Ahora bien, decíamos que en la fotografía de prensa debemos incluir no sólo los saberes implicados en la foto, sino aquellos propios del periódicos. Esto significa que, **en la fotografía de prensa intervienen tanto los códigos propios de la fotografía, como aquellos propios de la relación foto-página de prensa.** Y más aún, debemos incluir **dos códigos más: el texto escrito y la relación texto escrito-foto.**

Si Barthes (1961) en la fotografía publicitaria había detectado que las funciones del texto escrito en la imagen publicitaria era de: agregar información a la imagen o de anclar su

información, en la fotografía de prensa se detecta que no hay necesariamente una relación directa con el texto.

"La foto de prensa no es ni una ilustración del texto escrito, ni tampoco una sustitución del lenguaje escrito. Tiene una autonomía propia y puede considerarse como un texto informativo" (Vilches, 1987, pág.77).

Es posible correlacionar esta forma de funcionamiento con los procesos asociativos de lectura de los sub-conjuntos de diarios y revistas. Si ellos no se leen de principio a fin, en forma secuencial sino como un collage, entonces buceamos en el diario a la búsqueda de lo que nos interesa más. Y la foto la podemos leer sola, o asociada a la leyenda que aparece en su base y/o al texto completo de la crónica.

A partir de las líneas precedentes es posible plantear en la foto de prensa la vehiculización de información de cuatro códigos:

- 1.- código fotográfico, constituido por los sub-códigos propios de la fotografía ya sintetizados en las páginas precedentes;
- 2.- código relación foto-página, en el contexto de que el diario y la revista tienen una organización específica;
- 3.- código del texto escrito, que se perfila con la misma de funcionamiento que tiene todo texto escrito, es decir suponiendo tres sub-códigos; y
- 4.- código de la relación foto-texto, según los delineamientos ya señalados.

## 5.Sobre los Códigos del Texto Musical.

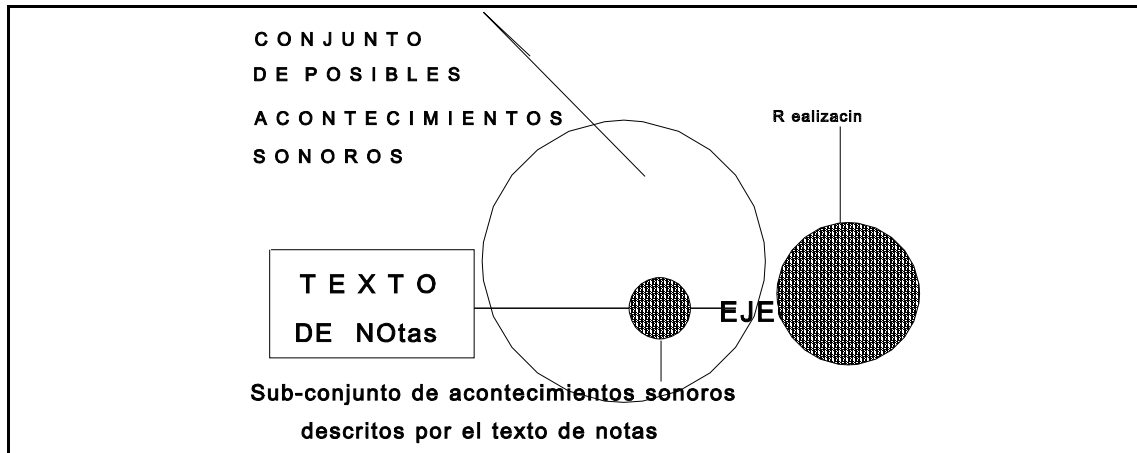
La publicidad política persuade a través de la música. Ya sea porque utiliza un texto musical aisladamente (jingle) que se manifestará en radios, o porque dicho texto se inserta en televisión o en concentraciones masivas.

Dicho texto musical tiene dos grandes vías de transmisión de la información: **código del texto musical propiamente tal** y **código del texto lingüístico inserto en la música (letra)**.

### **-Código del texto musical propiamente tal.**

La semiología y/o semiótica musical nos ha aportado una mayor rigurosidad y sistematicidad al análisis de la música. Al interior de ella, entre otras, son contribuciones importantes las de J.Nattiez, E.Tarasti, K.Kurkela, N.Ruwet, F. Delalande. Nattiez (1975), inserta la lingüística estructural en el descriptor de la música, la que liga con el saber de la lingüística chomskyana, en función no de constituir unidades mínimas, sino que estructuras transformacionales. Por otra parte, E.Tarasti (1985,1987) teniendo en cuenta que la música es un encadenamiento, un continuo sintagmático con un comienzo, un desarrollo y un fin, construirá una "Gramática Narrativa de la Música" que describirá su forma de funcionamiento narrativo: su encadenamiento, en tanto que comienzo-desarrollo-y-fin, incluidas sus modalizaciones. Ambas contribuciones tomarán como operatoria descriptiva la notación musical, pues su objetivo es hacer un aporte a la teoría de la música misma. ¿En qué consiste la notación musical?. La notación musical no es más que un lenguaje que toma a su cargo la descripción de objetos sonoros. Dicha descripción originará una partitura y la utilidad de la partitura radicará en que nos permite transmitir en el tiempo, y entre

lugares distantes, informaciones de hechos sonoros. Dicha notación no corresponde a una realidad sonora, sino que a un modelo que da cuenta de la realidad.



Esto significa que notar en una partitura es diferente que interpretar: "una ejecución no es la realización de una partitura, sino que uno de los posibles acontecimientos sonoros definidos por la partitura" (Kurkela, 1987/ pág. e 7).

La notación tiene una función sólo prescriptiva para el ejecutante: saber lo que debe ser hecho para producir una ejecución aceptable de la partitura. La notación, por ejemplo, puede establecer ciertas descripciones acerca de cómo debe ser ejecutada la partitura: *crescendo*, *legato*, *con pedal*, *con legno tratto sul ponticello*, etc.; pero ellas no son indicaciones concretas, pues "todo pianista experimentado sabe, por ejemplo, que es a veces necesario crear una impresión de legato desarrollando non legato y que, incluso, se puede producir una impresión de con pedal sin utilizar el pedal" (Kurkela, 1987/ pág. e 6). Las indicaciones no son concretas, sino que referidas a una cualidad que debe lograrse.

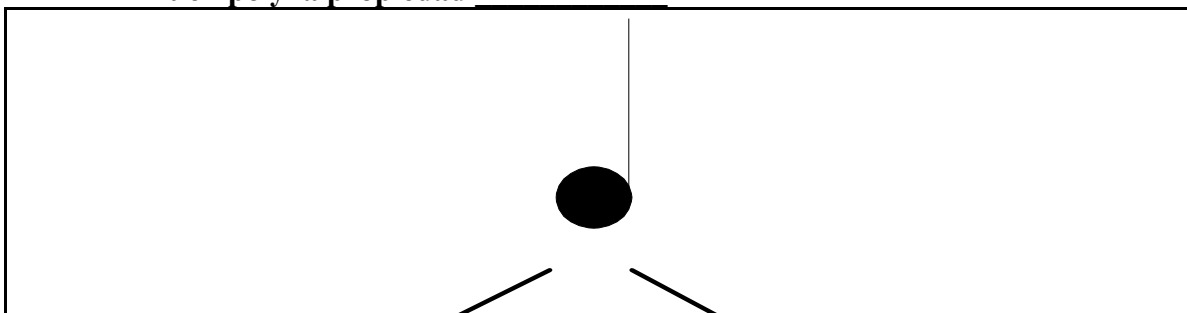
Una partitura, entonces, no supone una ejecución fija, ya que de ella emergen varias ejecuciones posibles. Dichas ejecuciones pueden ser parecidas desde un punto de vista lógico, pero difieren significativamente unas de otras.

Es posible decir que una partitura define un conjunto de situaciones posibles, imponiendo restricciones respecto a las propiedades de los sonidos o, lo que es lo mismo, un texto de notas define una estructura sonora.

La definición de una estructura sonora nos da cuenta de la manera de ser de un sonido, así, por ejemplo, nos puede decir que "para  $n$  unidades de tiempo, tenemos un sonido, que entre sus propiedades se encuentra aquella de tener una altura  $e'$  y una intensidad decreciente" (Kurkela, 1987/ pág. e 17).

En otras palabras, una estructura sonora no sólo define las notas, sino que su duración relativa. "La significación de una negra podría ser descompuesta de la siguiente manera:

**ser un sonido tal que entre sus propiedades  
tenga la propiedad de durar  $n$  unidades de  
tiempo y la propiedad**



Ser un sonido tal que él  
 tenga entre sus propiedad  
 la propiedad \_\_\_\_\_  
 y la propiedad \_\_\_\_\_

(propiedad de) durar  
 n unidades de tiempo

(Kurkela, 1987/ pág. e 19)

Luego, la significación de una nota implica el establecimiento de su duración relativa. Es necesario, entonces, definir su temporalidad y el tiempo es relativo: "Un tiempo es el cociente del número de unidades de tiempo por el valor relativo temporal" (Kurkela, 1987/ pág. e 20).

Kurkela lo formaliza:

$$T = t/v$$

Si el tiempo no es un absoluto, entonces, la primera nota ejecutada marca el tiempo y es a partir de ese tiempo que se establecerán las diferencias de temporalidad de las notas que siguen. Así un tiempo  $x$  tendrá un temporalidad diferente si se le ejecuta en un *tiempo lento* que en uno *inverso*.

Podemos deducir que una *partitura* sólo prescribe lo que debe ser hecho para hacer una ejecución aceptable de ella, pero a su vez abre vías posibles diferenciales para su ejecución. Las indicaciones establecidas como *legato*, *con pedal*, etc., pueden ser muy bien ejecutadas por sus *inversos*. Las especificaciones sobre la temporalidad no son absolutas, sino que relativas, etc.. **En el contexto de evaluar la información que transmite el texto musical político, debemos decir que lo que debemos evaluar NO ES UNA PARTITURA, sino que la ejecución concreta de él.** La partitura no puede ser nuestro objeto de análisis, pues ella tiene un marco de variabilidad demasiado grande para poder generar de allí un criterio evaluativo respecto a la puesta en marcha de un texto musical político. Más aún en la música popular, pues ella se basa en la improvisación: él es cambiado continuamente en cada ejecución. En la música popular, señala Pekkil "el texto musical es una abstracción, pues existe únicamente en la competencia del ejecutante y nosotros no podemos ser informados de él más que por su ejecución, por la performance" (E. Pekkil, 1987/ pág. b 9).

Ahora bien, es claro entonces que debemos siempre partir de la ejecución concreta (disco registrado) para constituir nuestro marco evaluador del texto musical. El problema es sí es necesario traducir dicho registro en los sistemas de notación tonales. Todo sistema de notación es lo

que es, sólo un metalenguaje que trata de archivar, en su estructura, el acontecimiento sonoro (es decir, lo real); y como tal es "una forma posible de acumular la información". El punto es sí es pertinente notar o transcribir los acontecimientos sonoros según la escala tonal, desde la perspectiva que nos interesa; esto es, de la evaluación acerca de sí lo que se transmite es coherente o no con los fines publicitarios de nuestra estrategia creativa.

Debemos tener en cuenta que lo que nos interesa no es tanto una transcripción musical estricta de toda la gama de motivos, figuras, armonías (preocupación de los músicos), sino que "la percepción de la música".

Es el contexto de la percepción, él que es el nuestro. Y desde esa perspectiva, el saber acumulado nos dice que captamos totalidades, no parcelas del sonido. Y sabemos, también respecto a la percepción que el concepto de totalidad no es cuantitativo: basta la presencia de un elemento para cambiar en 180 grados la información que se nos entrega.

La semiología de la música, releendo los conocimientos adquiridos por la psicología de la audición musical nos dice que el lector tiende a percibir ritmos en general, interrelaciones entre curvas de intensidad y frecuencia, tonos; pero, "sólo alguna gente está dotada de una aprehensión de la melodía, del ritmo en su especificidad y pocos poseen un sentido relativamente agudo de la armonía" (Nattiez, 1975/ pág. 78).

Luego, lo que se percibe es siempre una totalidad: "macro conjuntos significantes", o sí se quiere "extensos y amplios encadenamientos (sintagmas) musicales"; es éso lo que se articula perceptivamente en una estructura, en una operatoria similar a la descrita por Teun A. van Dijk, esto es, se constituyen macroproposiciones perceptivas musicales. Lo que significa decir que la percepción cognoscitiva de la música sigue los mismos delineamientos que se desarrollan en la lectura de todo texto cultural, ya descritos en el capítulo tres de esta segunda parte. La percepción de los textos musicales no es un caso aislado sino que la descripción de su proceso se nutre hoy de éste nuevo saber acumulado. Es por ello que es factible entender hoy porqué los músicos o la gente con "cultura musical" es capaz de percibir armonías, figuras, motivos, alturas, ritmos, estructuras musicales, melodías, etc.: los perciben por qué tienen los archivos de mundos (memoria semántica) que se los permite. Sí no se puede percibir todo y se debe seleccionar información, y aún así, dicha información se debe transformar en macroproposiciones abstractas (pues nuestra memoria semántica de detalles es de corto plazo y rápidamente será borrada en la medida que entre nueva información); macroproposiciones que a su vez retroalimentarán al sujeto respecto a qué se debe fijar a continuación, entonces son los archivos de mundos posibles musicales los que permiten la tarea interpretativa, cognoscitiva y perceptiva del texto musical. Son la presencia de esos archivos los que hacen posible la percepción. Y a su vez, es la ausencia de ellos lo que explicaría la percepción de los no-músicos de la música. Los archivos de mundo de la vida cotidiana tienden a tener archivos simples respecto a la música: i) archivos semánticos respecto a la detección de determinados sintagmas musicales (romanticismo, suspenso, drama, géneros musicales, semejanzas establecidas culturalmente respecto a identificar sonidos de la naturaleza, etc.), y ii) archivos pulsionales respecto a la percepción de trazas energéticas de condensación/ desplazamiento, tensión/ relajación, fobias, miedos/ tranquilidad, etc.

Ahora bien, es un saber adquirido que la percepción es globalizadora y que intervienen en ella los archivos de mundos posibles, archivos que no sólo atañen a una temática específica sino que se ligan con muchos otros; esto es, en la percepción de la música no sólo operaría los archivos musicales sino que todos los archivos que el lector culturalmente considera pertinente.

Pero, lo importante a tener en cuenta es que lo que se percibe siempre son totalidades, macro conjuntos significantes; y donde basta la presencia de un elemento para cambiar la percepción cognoscitiva del texto musical, pues lo que se percibe no es una sumatoria donde lo que no se repite se le puede omitir informacionalmente. La información musical es siempre construida totalizadamente, pues la música es un desarrollo, siguiendo a Tarasti "un encadenamiento espacial" donde unos sintagmas se relacionan con otros, determinándolos, neutralizándolos, etc

Desde esta perspectiva debemos tener en cuenta que la notación convencional (escala) no describe la totalidad del fenómeno perceptivo de la música, sino que más bien corresponde a una categorización de algunos acontecimientos sonoros (propios, además, a un tipo de música particular), desde el punto de vista de una teoría musical, pero no de ella como fenómeno perceptivo global, debido a:

-Los tiempos descritos en toda partitura convencional son relativos, como ya lo señalaban las citas a los trabajos de Kurkela (1986,1987) anteriormente sintetizados. Es claro que ejecuciones diferentes pueden hacer cambiar completamente los estados oníricos o catárticos prefigurados. Es claro, también, que en una publicidad política el desarrollo temporal debe ser trabajado persuasivamente: no es lo mismo una frecuencia de acontecimientos sonoros rápida (reenviaría quizás a movilidad, acción, gente joven, etc.) que una partitura trabajada en lento (reenviaría quizás a homeostasis, tranquilidad, gente adulta, etc.).

-Las indicaciones respecto a la ejecución "lento", "con pedale", etc. no son indicaciones concretas sino que más bien tratan de reproducir, en forma impresionista, "el estado de ánimo" que se quiere lograr. Reenviamos al lector a los trabajos de Kurkela ya citados. De más está decir que dichos "estados" son lo más importante en un texto musical político, y no basta una mera descripción intuitiva, pues es imperioso para la publicidad política la detección concreta de a través de qué se va a dar la información deseada (los significantes textuales musicales), más aún si lo que pretenden estas páginas es plantear la propuesta de "un posicionamiento plural", lo que significa un trabajo sobre la ambigüedad de los significantes textuales; vital es, entonces, detectar los significantes concretos con que se expresará tal o cual "estado de ánimo".

-Aún cuando lo que evaluaremos sea "una ejecución concreta de la música" y no una partitura, él leerla a la luz de la escala standard o convencional no cambiará en nada el fenómeno de fondo, pues nos encontraríamos que no tendríamos los descriptores pertinentes para tipificar la información: la nueva partitura elaborada no haría más que reproducir el mismo desequilibrio de funcionamiento especificado en los dos puntos anteriores, pues lo más importante para nosotros (el estado anímico, la percepción de la música) quedaría sin un descriptor, dejándose el análisis perceptivo a la mera intuición.

-El timbre concreto que se expresa o quiere expresar tampoco es objeto de la notación standard. El timbre es la especificidad del sonido desde un punto de vista cualitativo: es lo que distingue cada instrumento, y cada instrumento específico, de otros del mismo tipo pero., distintos (un stradivarius es un stradivarius). Sí en una partitura tradicional notamos "tambor agudo", "tambor medio", "tambor grave" tendremos una descripción aproximada de lo que queremos; pero sí queremos indicar una cualidad específica a lograr, la notación es insuficiente. El timbre sólo podría



describirlo a través de especificar una altura concreta, pero el timbre concreto que quiero lograr sólo podría señalarlo vía expresar cual es el instrumento que lo desarrollará: sin embargo, eso aún no bastaría, pues sólo indicaría que se trata de una viola, un violín o una flauta, y entre ellos hay toda una gama de variedades, de gradaciones musicales: "igual que los colores físicos, los colores del sonido forman un continuo a partir del cual se seleccionan arbitrariamente, o al azar, las gradaciones individuales" (Aranda, Castro, Olgúin, Godoy, Urrutia, Vivanco, 1986, Pág.160). Esto es, lo mismo ocurre con los cromas: indicar un verde, no significa nada desde el punto de vista del sentido o la pulsión que se quiere expresar; pues la información concreta la da el verde específico, al interior de toda una gama de variaciones de verdes posibles, y al interior de la gama cromática de los otros cromas en que se inserta nuestro verde. Se comprende que en publicidad política es menos importante la altura en que se desarrollarán los sintagmas o encadenamientos musicales, que su cualidad específica: la información semántica y/o pulsional que se quiere expresar.

-La utilización de racimos de notas (clusters) también escapa a la notación específica del efecto de sentido y pulsionalidad. Dicha práctica, ya usada por Ravel, fue teorizada y ejecutada por el compositor americano Henry Cowell en 1912, y se constituyó en un hacer generalizado en las nuevas corrientes de la música electroacústica, la música concreta, la música new age, y las tendencias contemporáneas de la música popular. La contribución de Cowell consistió en tocar en forma simultánea diez o más notas contiguas del piano, lo que implicaba tantos intervalos de semitono agrupados que el oído humano no registraba la nota individual como tal produciéndose sólo una percepción globalizadora. Los clusters son entonces acordes contruidos a partir de intervalos muy pequeños, cuyas notas individuales no juegan ningún papel en las progresiones musicales.

-Sí en la música instrumental la interpretación está condicionada por el límite de los instrumentos ejecutados, lo propio de la música electroacústica es el trabajo de síntesis y análisis del significante o materialidad sonora, creándose nuevos timbres con una sensación imprecisa de altura. La modulación de las frecuencias, los filtros acústicos, las modulaciones de amplitud, son, entre otros, formas de funcionamiento cotidianas del músico electroacústico que conllevan a una especificidad imposible de transmitir en base a la notación standard.

-La inclusión del ruido como formando parte de la obra musical ya aparece en 1913 con Luigi Russolo: estrépitos, truenos, explosiones; silbidos, resoplidos; murmullos; crujidos; golpes de metales, maderas; gritos de animales y humanos. Se dio origen así a la música concreta, que Russolo denominó "bruitismo", y que Edgar Varèse y Pierre Schaeffer con posterioridad desarrollaron, constituyéndose la inclusión de ruidos en el rasgo distintivo de la música de vanguardia de los años veinte y treinta. Es claro que en la música concreta es más importante el timbre específico que sus posibilidades de notación en la escala convencional; es la cualidad, o en nuestras palabras, es la información semántica y pulsional el nudo que se articula en secuencias o sintagmas musicales. Y es claro, también la enorme importancia que ella ha adquirido en la cultura audiovisual contemporánea, y específicamente en publicidad. En publicidad política la inclusión del ruido de la ciudad, de la naturaleza, de los animales, entre otros, otorga grandes posibilidades de vehiculización de información persuasiva. Y allí lo fundamental no es la descripción en la escala de los sonidos de los pájaros o del agua, sino que la percepción que ello origina.

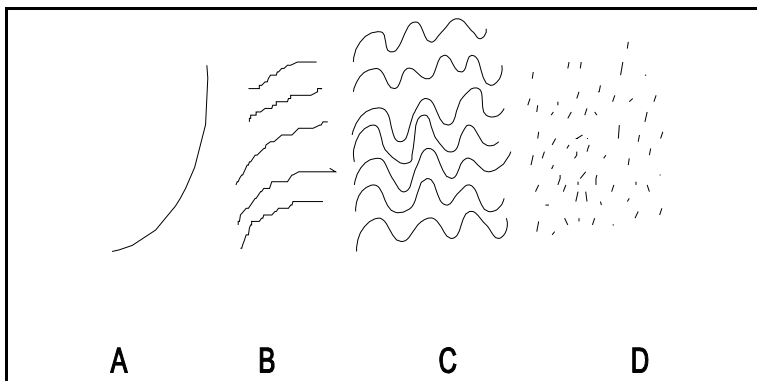
Creemos suficientemente fundamentado que la notación convencional (escala)

describe aspectos de la percepción musical y no su totalidad perceptiva, pues su objetivo no es describir la percepción de la música en sus consumidores, sino que categorizar la variabilidad musical en función de aprehender sus quiebres, sus rupturas, su continuidad como fenómeno cultural. Es por ello que trata de categorizar los acontecimientos sonoros, desde el punto de vista de la teoría musical particular, y no desde la percepción musical.

Como se deduce de las líneas precedentes, esta realidad de funcionamiento de la teoría de la música no sólo afecta a la publicidad y a la publicidad política musical (preocupadas de tipificar el fenómeno perceptivo de la música), sino que afectó a nuevas corrientes propuestas por la música concreta y la electroacústica, cuyo objetivo, en última instancia, era trabajar la música desde un punto de vista de creación perceptiva y onírica (y/o documento cultural), encontrándose con sistemas de notación musical inapropiados para sus fines. De allí su propuesta de nuevas formas de notación directamente ligadas a la ejecución y grabación musical. Lo propio de dichas formas es no tener un tronco de referencia simbólico común, sino que más bien son transcripciones de lo que se quiere lograr para el grupo ejecutante específico, a diferencia de la partitura tradicional donde la escala es un centro simbólico compartido. Por tanto, las nuevas formas de notar están directamente ligadas a la producción concreta de una obra: se refieren a como se trabajará el significativo sonoro en el estudio de grabación y/o a las cualidades concretas que se desea lograr.

Así algunas especifican el trabajo de edición musical: expresan simplemente las curvas de sonido (variaciones de intensidad en el tiempo) de cada una de las pistas grabadas, cuando específicamente entrarán, desaparecerán, se combinarán, se filtrarán, se modularán disminuyendo las intensidades por una nueva envolvente que las hará variar, etc.

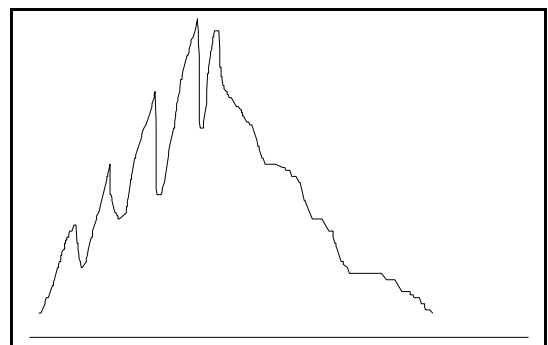
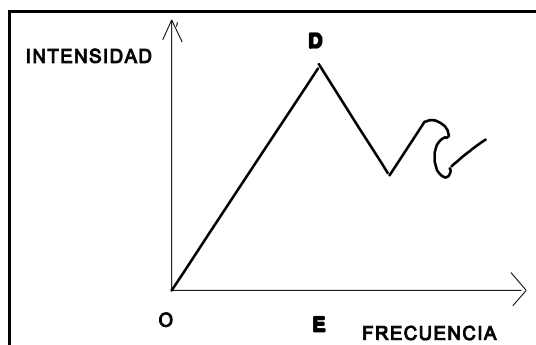
Así, en otras sólo se especifica el efecto informacional a lograr, desde un punto de vista meramente visual. Reenviamos al lector a las partituras, ya clásicas, de György Ligeti (Volumina, 1961), Louis Andriessen (Canción a la flor II, 1964), Pierre Schaffer (L' étude aux sons animés, 1958), etc. Veamos un fragmento de partitura propuesta por Aranda, Olguín, y otros (1986, pág. 136):



En el fragmento precedente, la partitura sólo establece una simbología: A= Sonido Ascendente; B= Grupo de Sonidos Tensos; C= Grupos de Sonidos Ondulantes o Modulados; D= Sonidos Pulverizados o Atomización. Esto es, la partitura sólo trata de reproducir la percepción de la música desde el punto de vista del funcionamiento acústico del sonido. Lo que es la regla, no sólo de las anteriormente citadas, sino que de toda la producción electroacústica, tanto como de la música concreta.

Sí reflexionamos sobre las partituras electroacústicas nos encontraremos que siempre

se gráfica la onda ondulatoria del sonido: variaciones de intensidad del sonido a lo largo de tiempo (frecuencia), lo que obviamente está ligado a que dicha partitura no es más que un plan de edición de la música: se quiere saber con qué intensidad entrará una pista grabada, y con cual la otra, como se modalizará un sonido que sube y baja de intensidad en el tiempo, a través de recortarle tales intensidades en tales tiempos, etc. Pero hay otra razón implícita (más a nivel inconsciente que consciente): se está trabajando con el significante musical y no sólo se está reproduciendo como se trabajará sobre él en la edición de la música, sino que se está describiendo la percepción auditiva a que se quiere llegar. Lo que no es casual, pues precisamente el sonido es una onda generada por una vibración que tiene la cualidad de subir y/o bajar de intensidad en su transcurso temporal, y la pulsión es aquella energía que sube y/o baja de intensidad a lo largo de la temporalidad provocando condensación/ desplazamiento energético, placer y displacer. De allí el parentesco entre música y pulsión. Sí como veremos, posteriormente, la pulsión es cuantificable, baste por ahora una cita de dos gráficas: una onda ondulatoria del sonido (izquierda), y una descripción experimental de lo placentero realizada por W.Reich a través de un electroscopio (derecha):



Es por ello que las partituras electroacústicas tienden a suplir dos carencias que la notación standard no podía solucionar: aquellas originadas por la grabación de la música en el estudio (edición) y aquellas originadas por la percepción estética auditiva que se quería lograr. Lo que implica priorizar en el trabajo sobre el significante la totalidad perceptiva global a lograr, más que la descripción de sub-conjuntos sonoros. Concepto de totalidad y de percepción que la música anterior no tomaba tanto en cuenta, en tanto la notación de la escala era ya un esquema de referencia compartido, por lo que se presuponía un concepto de totalidad.

La notación electroacústica no sólo permite establecer el parentesco teórico entre música y pulsión, sino que tiene la doble ventaja de ser susceptible de comprobarse y de operacionalizar descriptores de su forma de funcionamiento. La descripción de la estructuración musical es factible de comprobarse a través de un ordenador, introduciéndole como input la música, y él, por medio de programas existentes, la transforma en una onda ondulatoria que varía en intensidad a lo largo de su desarrollo temporal. Para la descripción de la pulsionalidad contamos con los protocolos e instrumental utilizados y elaborados por W. Reich (1957), ya en 1947.

De allí que propongamos una perspectiva analítica de la música similar a la propuesta por los teóricos y creadores electroacústicos, acercándonos así, a la descripción perceptiva de la música. Incluiremos en dichos descriptores los aportes de semiología musical de Nicolás Ruwet

(1972), Eero Tarasti (1985, 1987) y por Gisèle Brelet (1965), respecto a los conceptos de totalidad y estructuración musical, insertándolos en la descripción electroacústica pulsional propuesta.

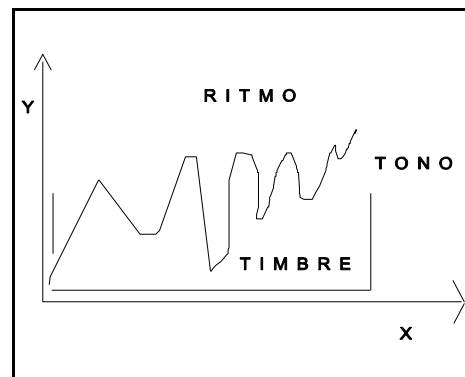
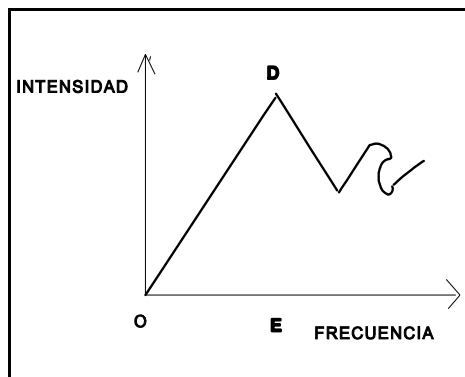
El punto de partida analítico debe tomar como base que lo que queremos describir es una globalidad: la percepción de la música es totalizadora. Y que dicha globalidad es secuencial: la música no la percibimos como una sumatoria de sintagmas, sino que como una estructura espacial que se desarrolla en el tiempo.

Y este concepto de totalidad (estructura, estructuración) que se da en la percepción, se desarrolló en la música contemporánea, cuyos creadores se acercaron más a lo perceptivo, a la pulsión, que a los canones clásicos del deber ser musical. Luego, como lo hemos expresado precedentemente, afortunadamente estas nuevas corrientes musicales, necesitaron descriptores más acordes con sus fines, contribuyendo así, indirectamente a la elaboración de categorías descriptivas perceptivas.

Brelet nos dice: "desde principios de siglo, el arte musical vivió una era de metamorfosis que culminó en una verdadera mutación del ser musical" (Brelet, 1965, pág. 101). La música serial, heredera de la música atonal, rompió con las antiguas notaciones de melodía, armonía, tonalidad y forma, apareciendo los principios de atonalidad, atematismo, indeterminación, discontinuidad y asimetría, cambiando el concepto tradicional de estructura: "el origen y la materia prima de la composición ya no reside en el tema, personaje musical que domina su aventura temporal, sino en estructuras de altura, de duraciones, de intensidades y de timbres" (Brelet, 1965, pág. 106). Estas estructuras -señala Brelet- las podemos sintetizar en la noción de ritmo, pues ella reenvía a la totalidad y no a una sumatoria de partes. "En el ritmo surge en su pureza la esencia misma de toda estructura: forma total cerrada sobre sí misma, cuyas partes tienen sentido por el todo que las comprende..., pero, por otro lado, el todo no puede ser disociado de sus partes, sin las cuales no tendría existencia como todo" (Brelet, 1965, pág. 113). El ritmo no es el compás: "si se presenta a varios sujetos una serie sonora regular en forma de compás de cuatro tiempos y se les pide que la reproduzcan golpeando, todos los sujetos sin excepción transforman ese compás mecánico en una flexible y sinuosa figura rítmica" (Schmidt, 1939, pág.20).

Luego, más que hablar de ritmo hablaremos de estructuración rítmica, y desde el punto de vista perceptivo pulsional lo entenderemos como una onda ondulatoria del sonido, que se desarrolla a través de cambios de intensidad en el tiempo. Ahora bien, está claro que lo que debemos describir es dicha estructuración, pero, ¿cómo la constituimos?

La concepción de estructuración rítmica aquí dada sintetiza holográficamente una percepción globalizadora de la música, pero ella no existe en la realidad, sólo se trata de una abstracción. Lo que hemos hecho es describir como opera el sonido puro, diciendo además que en todo sonido puro hay holográficamente un concepto de ritmo. Este concepto es equivalente al de "tono senoidal" de los músicos electroacústicos, y podemos descomponerlo en tres dimensiones: duración, intensidad y amplitud. La duración se refiere al eje de la temporalidad, todo sonido tiene un comienzo y un fin; la intensidad se refiere a la cantidad de energía que llega a un micrófono o a un tímpano a través del aire, y que se mide en forma convencional por decibeles (siendo 0 db el umbral de sensación sonora, y 120 db el umbral desagradable); y la amplitud se refiere a la distancia entre el punto de reposo y el punto extremo alcanzado por el cuerpo vibrante en su desarrollo temporal, y se mide en Hertz o ciclos por segundo.



Sí vemos el gráfico de la izquierda, vemos que cada cuerpo que vibra -los sonidos no son más que ondas generadas por una vibración- tiene su frecuencia de vibración propia y su propia intensidad. La frecuencia reenvía al eje de la temporalidad. La intensidad del sonido midiéndose en decibeles reenvía a las variaciones de lo que en la vida cotidiana llamamos volumen. La distancia D-E o distancia entre el punto de reposo y el punto extremo alcanzado por el cuerpo vibrante se llama amplitud de la vibración.

En el gráfico de la derecha no vemos más que la transcripción en música de lo que es el comportamiento de todo sonido: una onda ondulatoria que asciende y/o desciende de intensidades en su desarrollo temporal, expresando así "un ritmo": "estructuras de altura, de duraciones, de intensidades y de timbres" (Brelet, 1965, pág.106). Sí el esquema incluye el concepto de timbre es porque en el fondo el timbre es la onda ondulatoria pulsional específica del sonido cualificada por la singularidad específica del cuerpo que lo genera. Se incluye además el tono, como cualificador agudo/ grave, en la exacta medida que al igual que el timbre dependen de la forma de funcionamiento específica de la onda ondulatoria del sonido; pues son las variabilidades de frecuencia en el tiempo las que producen la distinción agudo (mayor frecuencia)/ grave (menor frecuencia). Y hablamos de ritmo, en el sentido que estamos describiendo un concepto abstracto, inexistente. No existe un tono senoidal, no existe un sonido puro aislado de los otros sonidos, sino que una interrelación de ondas ondulatorias; esto es, lo que existe es lo que los músicos electroacústicos llaman "sonido complejo". El concepto de ritmo que aparece en el gráfico derecho, entonces, no puede ser sino holográfico: el concepto abstracto que sintetiza el comportamiento secuencial de la onda ondulatoria del sonido que no es más que las interrelaciones espaciales de ondas ondulatorias en el tiempo, con relaciones de determinación (modalizaciones) concretas.

Luego, lo que existe son estas interrelaciones espaciales y es eso lo que deberemos describir. Interrelaciones que analíticamente podemos constituir estudiando como se combinan estos sonidos puros, dando lugar a una variabilidad de timbres y tonos: la existencia perceptiva de la música.

Gracias a la música contemporánea, entonces, podemos entender mejor el desciframiento del material sonoro: así, "la música concreta ha desempeñado un papel decisivo integrando en la música todos los fenómenos sonoros existentes, particularmente los ruidos, considerados hasta entonces rebeldes a las leyes musicales" (Brelet, 1965, pág 108), al igual que la

música electrónica, pues, "su propósito esencial consiste en extender el principio organizador de la obra a la estructura de la materia misma" (Brelet, 1965, pág 108).

Sí la estructura rítmica es un todo, debemos reconstituirla a partir de segmentos (arbitrariamente segmentados) que son ya una articulación de frecuencia, intensidad, tonos, timbres, es decir, estructuraciones rítmicas en acto que se relacionan unas a otras, a través de determinaciones específicas.

Esto es, para aprehender dicha estructuración debemos partir de la detección de lo que Nicolás Ruwet (1967-1972) denomina "formantes" y que en contexto inteligibilizador perceptivo aquí propuesto definiremos como instrumentos que tienen un comportamiento similar desde el punto de vista de la onda ondulatoria del sonido que generan, tal como ha sido definido en las páginas precedentes. Estos formantes se interrelacionan entre sí a través de:

- una relación de equivalencia cuando tienen un comportamiento similar, en cuanto a la onda ondulatoria que originan desde el punto de vista perceptivo; o
- una relación de contrapunto cuando se postula una antítesis rítmica, teniendo cada formante principios constitutivos perceptivos de índole diferente.

Decíamos que la música, en tanto que sonido, es una vibración y, como tal, energía. Energía que tiene un comportamiento similar a lo que la Teoría Psicoanalítica denomina **Pulsión**. Las pulsiones no son más que flujos de energía. La inserción de las pulsiones en la inteligibilización del mensaje cultural se la debemos primero a Freud, después a J. Lacan, W. Reich, a Deleuze-Guattari, C. Metz, J. Kristeva, y J.F. Lyotard. Reenviamos nuevamente a nuestro lector al capítulo cinco del presente libro. Los procesos pulsionales son procesos de condensación/expansión de la energía, propios del inconsciente. Esta energía es física en la medida que obedece a leyes físicas; biológica, ya que operan en un sistema vegetativo orgánico del individuo; psíquica en la medida que operan como placer/desplacer; y sociales, pues la sociedad "domestica la pulsión", refluviéndola, reprimiéndola para satisfacer sus propios fines de reproducción del todo social. Esta forma de funcionamiento energética, W.Reich (1947,pág.215)la describe como:

### **Tensión-->Carga-->Descarga-->Relajación**

Sí lo que tratamos de describir es la percepción de la música, la estructuración rítmica descrita no es más que una onda ondulatoria que condensa o expande la energía en su desarrollo temporal. Luego, los descriptores de su "equivalencia/ contrapunto" deben incluir esta realidad pulsional perceptiva:

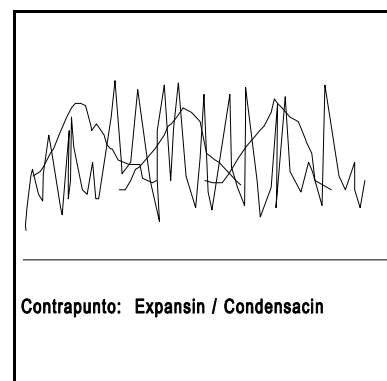
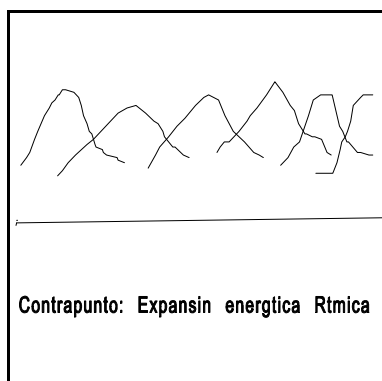
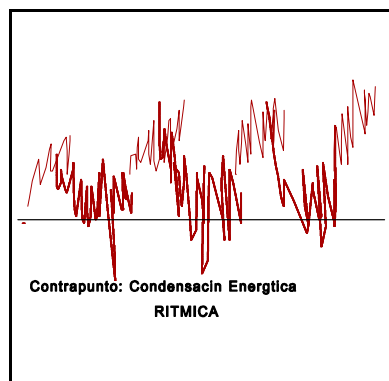
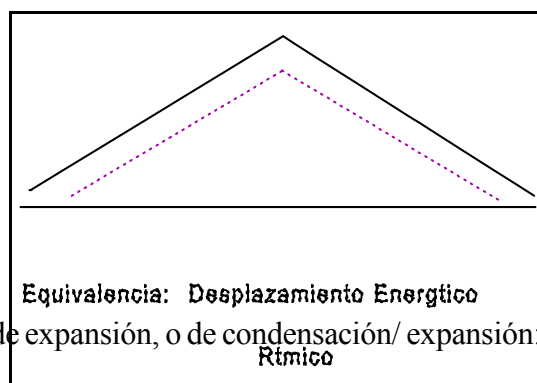
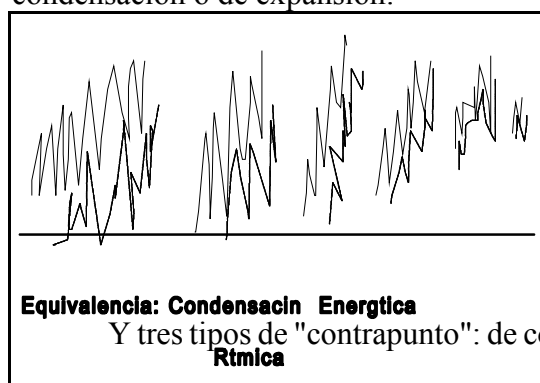
-una forma de funcionamiento energética del *desplacer* que se manifiesta como: i)una condensación de la energía, sin su correlato de desplazamiento energético; ii)una expansión de la energía, sin su correlato de condensación energética; o iii)una condensación de la energía que no alcanza a manifestar su plena expansión, pues se está expandiendo cuando rápidamente debe condensarse otra vez.

-una forma de funcionamiento energética *placentera* que se manifiesta cuando la descarga de energía (desplazamiento) es similar a la carga (condensación).

Debe tenerse en cuenta que estamos describiendo como opera el texto musical en el desarrollo de su onda ondulatoria energética rítmica, y que dependerá de los mundos posibles

pulsionales del lector la lectura específica de placer o desplacer que se haga del texto (reenviamos al lector a nuestro capítulo tres); esto es, estamos tratando el texto como una partitura perceptiva de la música, de la cual son posibles varias avenidas o caminos interpretativos; y lo que estamos haciendo es definir cuales son las vías a través del cual se transmite la información. Incluso el sujeto generador puede manifestar en su obra musical una onda ondulatoria energética de condensación, pero él al terminar su emisión, descargue todo lo tensado tirando su guitarra eléctrica al público y quebrando el micrófono. Lo que se trata de detectar aquí, es este comportamiento del texto en sí mismo, haciendo momentáneamente abstracción de las otras circunstancias.

Desde ese punto de vista, podemos describir dos tipos de "equivalencia", de condensación o de expansión:

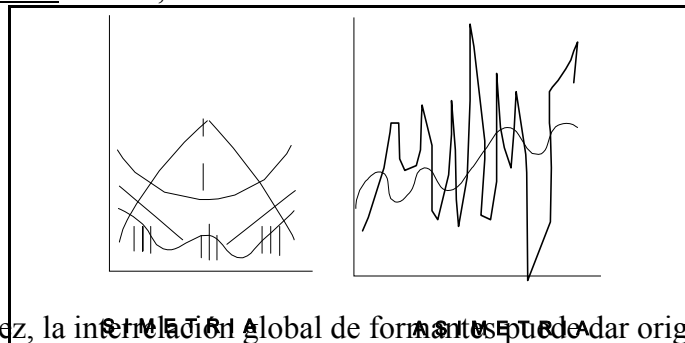


Dichos formantes no sólo se interrelacionan entre ellos a través de "equivalencia/contrapunto", sino que establecen entre ellos relaciones de modalización. Esto es, algunos están sobre los otros, modalizándolos, situándonos así, en una estructuración espacial próxima a aquella propuesta por E. Tarasti (1987, pág. d 17). En las ilustraciones precedentes es claro que en las equivalencias, tanto de condensación como de expansión, hay una jerarquía pues un formante opera a un nivel mayor de intensidad que otro, desarrollando ambos una estructuración espacial particular. En el caso de los contrapuntos, tanto de condensación como de expansión, nos encontramos con la modalización de unos formantes rítmicos sobre otros. En el caso del contrapunto entre condensación y expansión es factible ver como al comienzo el formante expansivo prima sobre el condensador, sin embargo la estructuración cambia al elevarse a posteriori el formante condensador por sobre el que

desplaza la energía, modalizándose al inverso la estructuración, constituyéndose así una energía rítmica que se articula espacialmente en una forma, que planteando la antítesis, prioriza la condensación por sobre la expansión. Evidentemente, que podría darse lo inverso en otro texto musical.

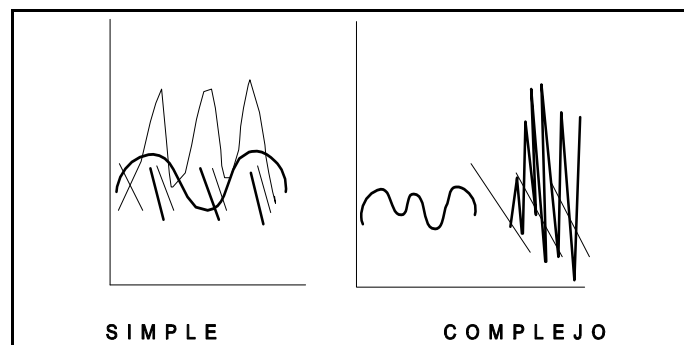
Existen otros dos descriptores de una estructuración rítmica musical desde un punto de vista perceptivo, pues los formantes pueden estar, en la globalidad del texto musical, conformando:

- una relación de simetría rítmica:  $ab=ba$ ; esto es, si una línea imaginaria dividiese la totalidad del texto y nos encontrásemos que la primera parte no es más que la inversión de la otra mitad,
- una relación de asimetría rítmica, cuando no se da el caso anterior.



A la vez, la interrelación global de formantes puede dar origen a:

- una estructura simple: si una misma articulación rítmica se mantiene invariante a lo largo de la secuencialidad de la obra; o
- compleja: si la invariación es alterada.



Luego, la estructuración rítmica de la obra o texto musical puede ser de:

**\*EQUIVALENCIA / CONTRAPUNTO**  
/ / / / /

**\*Condensación Expansión / Cond. Expan. Cond./Expan.**

**\*MODALIZACION DE UNOS FORMANTES EN SU INTERRELACION SOBRE OTROS**



**\*SIMETRÍA / ASIMETRÍA**  
**\*SIMPLE / COMPLEJO**

### **-Código del Texto Lingüístico (letra).**

Este código corresponde a la inserción de la letra al interior del texto musical, desde el punto de vista de su contenido, y no a la entonación, ni a su timbre específico.

Los descriptores del código corresponden al saber acumulado respecto de lo lingüístico.

Reenviamos nuevamente a Roland Barthes en su propuesta de "Análisis Textual" (1970,1973), y a Teun A. van Dijk (1978).

### **- Articulación de ambos vehiculizadores.**

Debemos tener en cuenta, que no es sólo la letra la que vehiculiza información en el texto musical.

Es propio de la publicidad musical privilegiar el texto lingüístico, creyendo que él debe expresar los contenidos de la propuesta.

Debemos tener claro que la persuasión se da por la estructuración rítmica del texto musical. Son trazas energéticas, condensaciones y desplazamientos pulsionales las que reenviarán al lector que queremos persuadir a una identificación onírica.

No es casual el uso de "mantras" en la identificación religiosa.

Será la ligazón de ambos sub-conjuntos, la que permitirá el desarrollo de la comunicación persuasiva musical.

Los contenidos (letra) establecerá la isotopía, el topic de la identificación. Sin embargo, será la estructuración rítmica la que lo llenará de una información pulsional propia.

## **6. Códigos Música - Palabra Hablada.**

Un tipo de texto publicitario generalizado es la ligazón de un Texto Musical (articulación de estructuración rítmica y letra) con Palabra Hablada (por un locutor o por el propio candidato). Esto implica tener en cuenta la interrelación de los siguientes códigos y sub-códigos:

- **Código Texto Musical**, conformado por estructuración rítmica y letra;
- **Código Lingüístico Hablado**, conformado por el sub-conjunto lingüístico (contenido de las palabras), y el sub-conjunto música de las palabras, el tratamiento de las palabras como música.
- **Articulación de ambos códigos.**

## **7.Códigos Televisivos**

Los códigos implicados en el texto televisivo son factibles de homologar a los

cinematográficos. De hecho la televisión trató, en un primer momento, de llevar el cine a la casa. Sus movimientos de cámara, la edición o ensamble de lo registrado, los planos, etc., fueron semejantes, a pesar de que la generación de ambos era totalmente distinta.

La imagen discontinua del cine y su formato rectangular (a diferencia del de la televisión que es más cuadrado) no fueron obstáculo para la manifestación de una imagen en secuencia semejante a la del cine. La edición del video, radicalmente distinta a la del montaje cinematográfico, no hizo más que manifestar, con otra tecnología "una misma sobreimpresión cinematográfica", "un mismo fundido en negro", etc. Sin embargo, lo que la televisión nunca pudo simular fue la nitidez del cine, ni su capacidad de imprimir un campo cromático más extenso. Si los colores saturados son posibles en el cine, no lo son en televisión, en T.V. los colores se construyen como efectos lumínicos siguiendo una síntesis aditiva de tres colores básicos (acorde a la teoría triconómica de Young). Nada de eso ocurre en el cine, basado en una síntesis sustractiva que imprime cromas y gradaciones tonales en una emulsión química.

La T.V. tampoco pudo simular su formato y la compatibilización de cine a T.V. siempre es problemática.

Con la ayuda del ordenador, la banda magnética del video evolucionó y generó efectos especiales. Se generaron imágenes de inteligencia artificial que hoy son de consumo cotidiano. El cine las hizo suyas e insertó en su forma de funcionamiento las imágenes de video.

Así se cerró el círculo: la T.V. copió al cine, el cine simuló lo que a la imagen del video le era posible hacer, insertando el video en cine. Este hecho retroalimentó aún más la misma estética.

Sin embargo, todos tenemos la experiencia subjetiva de que es diferente ver un film en video que verlo en cine. Hoy sabemos que dicha experiencia es menos producto directo de la composición técnica de la imagen en secuencia, que de las circunstancias particulares de uno y otro.

La televisión se consume en un espacio familiar, el cine en uno anónimo. Ir a ese espacio es un rito; implica una "predisposición especial", que no existe cuando prendo el receptor de T.V.. La sala de cine implica butacas en fila, oscuridad: "yo no veo las reacciones de los otros, no me siento censurado por la mirada de los demás". No ocurre lo mismo al ver la T.V., donde aún cuando el espacio sea oscuro el entorno puede verse, y con ello, las reacciones son registradas por el otro. Al ver la T.V. se está en una movilidad motora potencial, en cualquier minuto el espectador puede cambiar su espacio. En el cine, el carácter de rito social y la disposición de las butacas imposibilitan la motricidad. Se produce un proceso de regresión hacia la infancia, donde sólo privilegiamos el mirar.

La luz de la sala de T.V. es también diferente a la del cine. Allí la imagen sale del proyector situado detrás del espectador y dicho haz coincide con el campo visual de este último; la concentración del espectador es mayor, ya que todo lo que está fuera de su campo visual es oscuro, generándose la ilusión de "estar allí, es como si las imágenes salieran de mí mismo". No ocurre esto con la T.V.; allí las imágenes salen de la pantalla: un haz de luz emerge del televisor inundando de luces y sombras la sala, lo que implica menor concentración e identificación.

Siguiendo los estudios de Barthes (1975), Kristeva (1975) y Metz (1977), la televisión se diferencia del cine más por las circunstancias sociales y psicoanalítica de consumo y recepción, que por la estructura de funcionamiento de su imagen, aún cuando según el formato concreto puedan tener una estética diametralmente opuesta. Por esto es, que en esta exposición de la vehiculización de la información televisiva pasamos constantemente de la televisión al cine y viceversa. En la medida

que hemos situado la discusión sobre los códigos en el sistema de representación, en la imagen en secuencia, podemos hacer homologables ambos descriptores, teniendo en cuenta que:

- la mayoría de los efectos diferenciables son producto de las diferentes situaciones de consumo entre cine y T.V.;
- hay una forma de funcionamiento común, una propuesta de "una misma episteme audiovisual"; y
- las diferencias entre Cine y T.V. no son universales, sino que más bien diferencias de género, de formatos televisivos y cinematográficos (seriales, cine, documental, teleseries, telediario, cine narrativo clásico, etc.).

De allí que más que hablar de Cine o Televisión, hablemos de "los códigos del significante filmico/televisivo"; o de "los códigos de la imagen audiovisual en secuencia".

Reiteramos a nuestro lector que la discusión sobre los códigos ha sido situada a nivel del sistema de representación. Por esto, no postulamos un código autónomo de efectos especiales, considerando que hay más una semejanza de cromas con cromas, de composición plástica o estética de la imagen con otras composiciones estéticas posibles, que una cercanía de dos perillas del switch. Por ello también que muchas veces postulamos significantes descriptores próximos al cine, pero sólo se ha hecho pensando en una primacía histórica (por ejemplo hablar de montaje en vez de edición), que sólo debe entenderse en ese sentido, pues el desarrollo de los descriptores de sub-conjuntos vehiculizadores de la información están pensados en función de dar cuenta de la episteme audiovisual, más que en la diferenciabilidad cine, televisión.

Teniendo en cuenta que la articulación específica de la imagen audiovisual depende de cada formato filmico/ televisivo concreto (no es lo mismo el cine narrativo clásico que el contemporáneo, lo mismo pasa con el telediario, el video-clip, el video-arte, el spot publicitario, etc.) y que la cultura audiovisual televisiva se caracteriza por ocupar indistintamente cualquiera de los formatos audiovisuales, aproximándose más a un multimedia que a un formato específico, compete ahora, definir cuáles son los códigos a través de los cuales la imagen audiovisual en secuencia transmite la información. Este carácter multimedial del consumo audiovisual plantea una estructuración fragmentada y contradictoria de los textos culturales; donde se lee asociativamente reconstituyendo una nueva totalidad distinta a las conformaciones antiguas de un solo texto audiovisual como referencia. El zapping cristaliza holográficamente una nueva forma de mirar que reconstruye asociativamente un meta- texto a partir de fragmentos de otros que no se ven como totalidad. El Filme "Magnolia" ejemplifica esta nueva forma de ver: se construye un filme a partir de fragmento que se desarrollan paralelamente, donde la ligazón es más temática que secuencial narrativa. Estas nuevas formas de construir son también nuevas formas de mirar. Según Estadísticas del Consejo Nacional de Televisión (1999), en una muestra de 2423 casos, se detecta que el 15,5% "ve y sigue dos programas al mismo tiempo siempre", y el 24,2% a veces; Esto significa que casi un 40% de consumidores alteran las pautas estatuidas de ver sólo un programa a la vez (60,%). Estas nuevas formas de lectura; son también nuevas formas de generación de mensajes institucionalizadas de índole multimedial, no se trata de filmes particulares como "Magnolia" Un caso que cristaliza esta nueva forma de Producción y Lectura es la Japোনimación: allí el espectador no se enfrenta a una sola emisión done se desarrolla "una historia", sino que a historias complejas construidas asociativamente a través de varios medios; por ejemplo, en Dragón Ball, la Televisión Abierta de una Secuencia (Dragón Ball Z), pero los consumidores tienen la reconstrucción de otra parte de la historia con Video de Dragón Ball Z y GT (este último, de una etapa posterior), al mismo tiempo

Internet, y a través de Comic, Cd Rom y Video Juegos se tiene acceso a otros fragmentos. Las secuencialidades no son lineales sino que son estructuraciones narrativas complejas donde los personajes son mutables en su caracterización: Esto es similar al Caso Pokémon, donde debemos agregar las Cartas Pokémon, y los Games Boys Esta forma de funcionamiento multimedial no invalida tratar el problema de las formas de funcionamiento perceptivo de la transmisión de información por formatos audiovisuales, pues ese es el primer espacio de textualización global, el que a posteriori se articula con los otros formatos.

### **- Los códigos, su pertinencia y su definición.**

Desde la perspectiva semiótica aplicada aquí propuesta, los códigos que se conceptualizarán como transmisores de la información son: el código organización de la imagen, el código narrativo, el código cromático, el código sonoro y el código escritural. Su justificación ha sido dada como ejemplificación del criterio puesto en acto al final del punto 4.1 de este capítulo. Sintetizándolo creemos pertinente decir que el criterio establecido es doble: por una parte el constituir un sub-conjunto cultural perceptivo, y por otra la realidad de funcionamiento de cada práctica audiovisual concreta. Hemos partido, pues de un doble saber: aquél etnográfico, respecto a que en nuestra cultura asociamos tal elemento significativo a tal otro; y el semiótico, relativo a las descripciones empíricas de la forma de funcionamiento de prácticas significantes textuales concretas.

Así tomamos como punto de partida la descripción del cine narrativo clásico desarrollada por Metz (1968, 1973, 1977), Pasolini (1969), Aumont- Vergala- Marie et Vernet (1983), Chion (1982); del cine narrativo contemporáneo desarrolladas por Metz (1968,1977), Chion (1982), Aumont- Marie (1983,1988), Del Villar (1984); del telediarario, desarrollada por Vilches (1989); de la publicidad desarrollada por Péninou (1972), Durand (1970), Pérez Tornero (1982), y Magariños de Morentin (1984); del video-clip desarrollada por Del Villar (1987,1992); de la teleserie desarrollada por Morañas (1982); etc.

Tomamos como criterio para establecer el número de códigos y definición de cada código, tanto el saber acumulado respecto a cada práctica cultural audiovisual concreta, como el saber etnográfico perceptivo.

La lógica de la exposición que seguiremos consiste simplemente en exponer la definición de los códigos más general, constituida teniendo en cuenta tanto la percepción cultural, como la forma de funcionamiento concreta de cada uno de los formatos televisivos descrito; dejando para el final la exposición de cómo se articulan los códigos, en la descripción de cada práctica concreta.

### **-Código Organización de la Imagen en Secuencia.**

El planteamiento aquí propuesto rescata la forma más básica y general de la forma de funcionamiento del significante filmico/televisivo: los encuadres, las angulaciones de toma y los planos (son propios también de la fotografía) son estáticos. Ahora bien, la secuencialidad del cine y la televisión consiste precisamente en alterar dichos encuadres, planos y angulaciones de toma, sea por movimiento de cámara, sea por montaje. De allí el papel organizador de estos últimos. Este papel toma en parte el lugar que Eisenstein (1934,1956) asigna al montaje. Para él el montaje es el tronco,

el principio estructural de la obra, e incluye tanto los movimientos de cámara, la puesta en escena, los encuadres, planos y angulaciones, como el desarrollo de lo que hemos denominado cromático. Es el principio organizador del encadenamiento de los sucesivos fragmentos, construido bajo la lógica del conflicto puesta en acto. Posición diametralmente opuesta a la de Béla Balázs (1930, 1972) y Bazin (1953, 1978) para quienes el concepto de montaje es más restrictivo, (aunque Balázs tiende a incluir en él a la puesta en escena) posición de discriminación conceptual que también hacemos nuestra en la medida que nuestro objetivo es diferenciar vías de transmisión de la información. Es por ello, que no incluimos la puesta en escena, reenviándola a nuestro código narrativo, aunque sí priorizamos la interconexión código desde el punto de vista analítico.

Luego, en este contexto, el código organización de la imagen distinguirá dos planos: el de lo organizado (semántico), constituido por encuadres y planos, y el de lo organizador (sintáctico), constituido por los movimientos de cámara y/o el montaje, conceptualizando un "grado cero" de uno de los planos cuando él ha sido reducido a una expresión mínima. Es el caso de algunos films hiperrealistas (cine narrativo contemporáneo), de algunos video-arte y de muchos spot publicitarios, donde se mantiene siempre el encuadre, el plano y la angulación de toma: la imagen en secuencia es estática, sin movimiento de cámara, y el montaje o edición se encuentra en un grado cero, pues no hay cortes; sólo hay "movimiento interno de toma" (es el movimiento de los personajes, el que eventualmente puede hacer variar planos, encuadres y angulaciones), movimiento que conceptualizamos como código narrativo, y al interior de la relación entre códigos.

El caso inverso, el "grado cero" del plano organizado se constituye cuando todo lo que aparece en la pantalla es sólo edición o montaje. Lo encontramos en los films experimentales de Nekes (1978, 1981), en algunos video-arte, en video-clips, y en muchos spots publicitarios. Nekes, por ejemplo, sobreimprime films que se ven al mismo tiempo en la pantalla. Muchos video-arte, video-clips, y spots son efectos de post-producción abstractos (editados a través de programas de ordenador), donde por la composición plástica de la imagen se pierde el concepto de plano (de cercanía y lejanía), y de encuadre (no hay referenciabilidad), y las angulaciones de toma tienen una débil fundamentación.

El "grado cero" de cada uno de los planos no hace más que confirmar la pertinencia del esquema propuesto, pues de lo que se trata, en definitiva, es de tener un marco analítico lo suficientemente amplio, y a su vez específico, que permita discriminar y a su vez incluir, toda la variabilidad de funcionamiento de la imagen audiovisual en secuencia.

Luego, el código organización de la imagen estaría constituido por:

PLANO SEMÁNTICO  
(organizado)

**ENCUADRES**  
**PLANOS**  
**ANGULACIONES TOMA**

PLANO SINTÁCTICO  
(organizador)

**MOVIMIENTOS DE CÁMARA**  
**MONTAJE**

Definiremos cada uno de ellos en la medida que son instancias vehiculadoras de la información.

**- Sub-Códigos: encuadre, angulaciones, planos.**

Para su descripción reenviamos al lector a las páginas precedentes donde han sido incluidos y descritos como códigos de la fotografía.

**- Sub-Código Movimientos de Cámara.**

Los movimientos de cámara pueden ser:

a) por desplazamiento en el espacio de la propia cámara,

FRONTAL- Dolly in (avance de la cámara)

Dolly back (retroceso de la cámara)

LATERAL- Truck (seguimiento del objeto a velocidad normal)

Travelling (seguimiento del objeto a velocidad no normal)

b) por efecto del propio lente,

Zoom in (acercamiento)/ Zoom back (alejamiento)

Flou (desenfocado)/ No-Flou (enfocado)

c) por movimiento de la cámara en torno a su propio eje:

HORIZONTAL- Paneo (izquierda a derecha y viceversa)

VERTICAL- Tilt up (ascendente)

Tilt down (descendente)

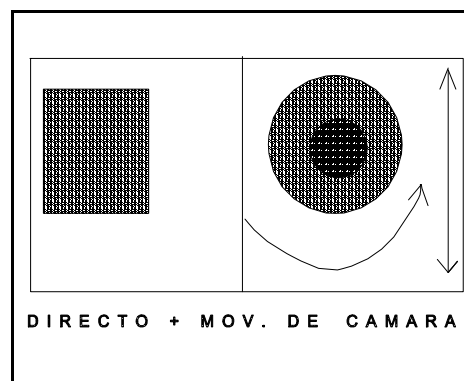
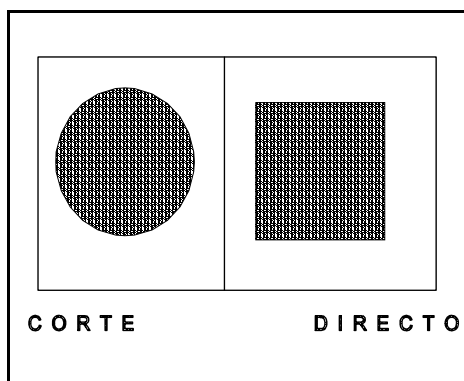
**- Sub-Código Montaje y/o Edición.**

El montaje puede ser:

a) **según el tipo de ensamble de imágenes,**

b)

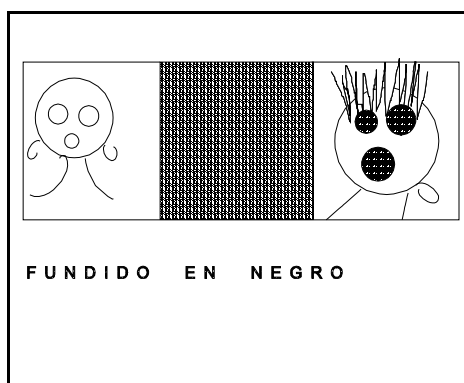
1.- Montaje Directo o Corte Directo, cuando dos segmentos de imágenes son yuxtapuestas sin transición. Ver a la izquierda:



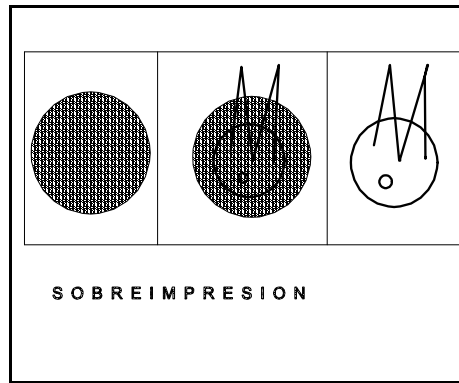
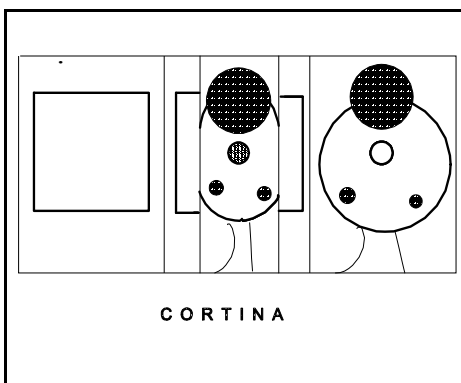
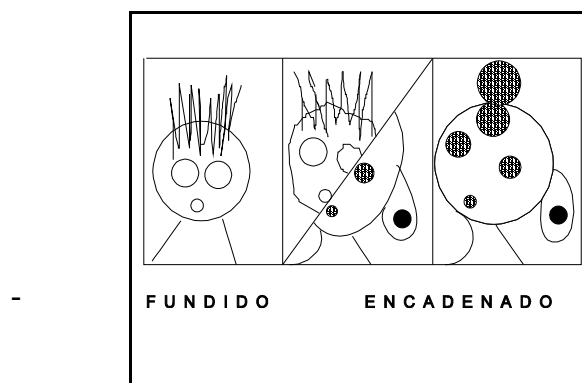
2.- Montaje Directo con Efecto o Corte Directo con Efecto, cuando al montaje directo se le agrega un movimiento de cámara. Ver gráfica a la derecha.

3.- Montaje con procedimiento óptico o Corte con procedimiento óptico, cuando opera en el montaje una manipulación en el laboratorio, en el caso del cine, o en la isla de edición en el caso del video (efectos especiales)

- Fundido en negro:



- Fundido encadenado



Debemos tener en cuenta que desde el punto de vista de la producción audiovisual cada tipo de edición o montaje puede realizarse a través de varias vías: i) corte directo por medio de la cámara misma, o por edición; ii) directo con efecto, similar al anterior, pero debe incluirse obligatoriamente un movimiento de cámara en el registro de imágenes; iii) fundido en negro, fundido encadenado, cortina, iris, sobreimpresión por medio del laboratorio cinematográfico en el caso del cine, y por medio de edición, a través de ordenador (efectos especiales); y en el caso del video, a través de la mesa de dirección (toda mesa ofrece un amplio menú de efectos llamados wipes, los que producen los cortes de la estética cinematográfica descrita). Debemos incluir la posibilidad de hacer muchos de ellos a través de la cámara misma, cuando se trata de cámara editora: los efectos de edición más comúnmente incluidos en la cámara son el Fade (equivalente al fundido en negro) y el Croma Key (recorte de una imagen que se sobreimpone a otra, lográndose un efecto que se aproxima a la sobreimpresión).

Es necesario señalar que la categoría otros es inmensa, y que no incluimos más que algunos de los más típicos: cortes como el Iris y el Croma Key son profusamente usados en la cultura de la pantalla contemporánea. Habría que agregar todos aquellos que corresponden a nuevos tipos de imágenes generadas por inteligencia artificial, y los productos de la combinación de todos ellos.

b) según su temporalidad puede ser,

- 1.- Montaje normal, aquel que reproduce la misma temporalidad que prescribe el verosímil cultural al respecto.
- 2.- Montaje retardado, aquel que retarda las fases verosímiles de una acción.
- 3.- Montaje inverso, aquel que produce un movimiento de recorrido hacia atrás.
- 4.- Montaje acelerado, aquel que dobla o más a la velocidad normal prescrita.
- 5.- Montaje cuadro por cuadro, esto es, cuadro a cuadro.

Luego, en la forma de compaginar las imágenes intervienen tanto la temporalidad, como el tipo de ensamble de imágenes.

#### **-Código narrativo.**

Tal como lo hemos justificado en el punto 4.1 del presente capítulo, el código narrativo cuenta también con un aval lo suficientemente expandido para que requiera mayores justificaciones. Los estudios de la narratividad en la novela, en la argumentación científica, en la etnoliteratura, en los mitos, etc. nos han aportado un enorme material teórico y analítico. Será Christian Metz quien contribuirá a ver su desarrollo en el cine.

Metz (1968) estudiará la forma de encadenar la imagen en función de la intriga en el cine narrativo clásico. Estudiará la relación entre intriga y montaje, descubriendo la gran sintagmática de dicho cine, compuesta por ocho tipos de segmentos diferentes.

Ahora bien, no es nuestro objeto la ligazón entre montaje e intriga, sin embargo, es importante para nosotros la definición que allí se hace de narratividad.

La narratividad en la imagen en secuencia no la entenderemos como organización del relato, ni como articulación de funciones o programas narrativos. No será algo abstracto aplicable a cualquier materialidad significativa visual o no-visual, sino que nos referimos a ella, de la forma delineada por Metz, como forma específica ligada a la imagen audiovisual en secuencia y que dice relación con lo que se dice (y de la cual Metz sólo estudia las relaciones espacio- temporales).

En la publicidad política televisiva lo que se dice (el enunciado) no es sólo lingüístico, sino que al mismo tiempo es una puesta en escena, y como tal son importantes los gestos y la proximidad. El código narratividad implica, entonces, los sub-códigos: lingüísticos, gestuales, proxémicos, del vestuario, de la escenografía y aquellos generados por la relación entre personajes, objetos y escenografía.

#### **- Código sonoro.**

**Su pertinencia** como vehiculizador de información está suficientemente demostrada. Sus constituyentes son: ruidos, la música de las palabras y la música propiamente tal. Su forma de funcionamiento podemos describirla como la interrelación del eje de la intensidad del sonido con el



eje de la frecuencia, lo que da origen a la noción de estructuración rítmica, entendiéndola por ella, una articulación secuencial de formantes, cualificada por el tono y el timbre. Reenviamos a nuestro lector a páginas anteriores, punto 4.5.

#### - **Código cromático.**

Existe gran cantidad de investigaciones empíricas que demuestran que los colores transmiten información. Reenviamos también a la descripción anteriormente realizada.

#### - **Código escriptural.**

Se refiere al tratamiento de las letras.

Decíamos que en publicidad a las letras se las asume como vehiculadoras de información por su gráfica: relaciones de masa, tratamiento lineal, sistema perspectivista, etc..

Es necesario insertar lo que hemos descrito en el descriptor de la gráfica publicitaria

#### - **La articulación de los códigos propuestos.**

En Cultura Audiovisual televisiva no encontramos una sola forma de funcionamiento significativa específica, sino que más bien una pluralidad de formatos televisivos y/o cinematográficos.

Así la publicidad filmico/televisiva:

a) A veces toma una forma de funcionamiento similar al **cine narrativo clásico**, ya sea porque es una puesta en escena narrativa (conflicto inicial, desarrollo, final) que se trata de asociar a la propuesta, o porque se desarrolla una idea o propuesta a través de una argumentación de un locutor (incluso en voz en off) que presenta un problema, un desarrollo y una propuesta final, esto es una mezcla de cine narrativo clásico con el documental como formato. En este caso la propuesta filmico/televisiva es en definitiva la del cine narrativo clásico, lo que significa que será la narración y/o argumentación (código narrativo) quien modalizará a los otros códigos. La imagen en secuencia estará regida por la narración. Los planos, encuadres, angulaciones y movimientos de cámara estarán en función de ella.

Su forma de funcionamiento será la siguiente,

Componente sintáctico semántico	<b>Componente Sintáctico</b> (organizador)	Código Narrativo
	<b>Componente Semántico</b> (organizados)	Código Cromático Código Imagen Código Sonoro Código Escriptural

Investigaciones que fundamentan la descripción:

Pasolini (1969) detecta en la forma de funcionamiento del cine una gramática articulada en cuatro grandes sub-conjuntos:

- los modos de reproducción técnicos (la tecnología del cine);
- los modos de sustantivación que se refieren a los objetos que selecciono y decido encuadrar en el cuadro;
- los modos de cualificación, que se refieren a los planos con que decido registrar dichos objetos y a los movimientos de cámara, en la medida que dan un atributo al material filmado; y
  - los modos de verbalización, que se refieren al montaje.

Situados en el sistema de representación no incluiremos el modo de reproducción técnico, y nos fijaremos en lo que él detecta en un corpus de cine narrativo clásico. Lo importante es su diagnóstico del montaje como organizador de la imagen, y el papel que le caben a los movimientos de cámara y a los planos como cualificadores.

Los estudios sobre el cine narrativo clásico realizados por Metz (1968,1972,1977), lejos de contradecir las investigaciones de Pasolini las confirman. Metz se preocupa de analizar la relación entre montaje y diégesis (intriga, código narrativo), y descubre que él demarca la historia: "el montaje es simbólico y opera al nivel de la argumentación cinematográfica" (Metz,1977, pág.122). Esto es, la diégesis de un film es una gran intriga, hecha de pequeños sub-cunjuntos ligados secuencialmente (mini-intrigas, o sí se quiere, lo que Greimas llamaría "performance"). Ahora bien, siempre que pasemos de un sub-conjunto a otro, el cine narrativo clásico establece "algún tipo de corte", el montaje demarca la historia. Este montaje es obligatorio, se da siempre, aunque esta obligatoriedad descubierta por Metz no está en ningún manual. Es una estructura que inconscientemente se reproduce. El paso entre un sub-conjunto de la intriga y otro podría darse por el movimiento de la cámara: "lógicamente el cambio espacio- temporal puede realizarse por movimiento de cámara y/o por montaje" (Metz,1972, pág.90); sin embargo, el cine narrativo clásico opta por este último como lo único demarcador de la historia. Ahora bien, al interior de una mini-intriga (el viaje de una persona del trabajo a su casa, por ejemplo) el montaje es facultativo: el director puede realizar cortes o simplemente pasar de un espacio a otro, de un tiempo a otro, por movimiento de cámara.

Es un saber ya adquirido que en el cine narrativo clásico, el código narrativo cumple un rol sintáctico, determinando la estructura de la imagen en secuencia. Es él quien rige o modaliza el montaje obligatorio. Los movimientos de cámara y/o el montaje facultativo serán a su vez modalizados por el montaje (en la medida que se dan al interior de secuencias pre-establecidas) y la intriga.

Por otra parte, los estudios de Aumont, Bergala, Marie, y Vernet (1983) detectan que la escena clásica se construye sobre una multiplicidad de puntos de vistas: i)la aparición de cada plano corresponde a un cambio del punto de vista sobre la escena representada, correspondiendo a una jerarquía que privilegia el punto de vista de ciertos personajes y/o subraya ciertas líneas de

tensión y de separación; ii) al mismo tiempo la escala de planos puesta en acto subraya la función dramática del actor, pues dicha escala se establece respecto al cuerpo del actor en el encuadre. Los planos están directamente determinados por lo narrativo, por la intriga puesta en acto.

Hay, entonces, una complementareidad entre los estudios citados, en la medida que nos permiten una descripción unificada de la forma de funcionamiento del cine narrativo clásico a lo menos respecto a dos códigos ("narrativo" y "organización de la imagen"), y a la determinación hegemónica del código narrativo.

Los estudios de Metz (1977) sobre la música y el color complementan el esquema: ambos son cualificadores de la imagen audiovisual en secuencia. Se sitúan al mismo nivel que los movimientos de cámara, los planos, las angulaciones de toma, y el montaje facultativo. Le dan un atributo a la historia contada, insertando el lugar del creador que da su especificidad a la estructura del relato prescrito.

Chion (1982) detecta, además, que el sonido, en tanto que voz humana, es el centro de la intriga: "en cualquier tipo de magma sonoro la presencia de una voz humana jerarquiza la percepción que se establece a su alrededor" (Chion, 1982, pág.13- 15). De allí nuestra inclusión al interior del código narrativo. Pero, por otra parte, existe la música, los ruidos y la música de las palabras; ellos tienen el rol de cualificar la intriga, y es en función de ella que se establece su presencia e intensidad. "Los niveles sonoros se equilibran (en las mezclas) en función de criterios referidos, antes que nada y de un modo natural, al efecto dramático relacionado con la acción y la imagen: pero, en ningún caso el equilibrio intrínseco de la banda sonora considerada en sí misma" (Chion,1982, pág.13- 15).

Luego, creemos fundamentado el esquema descriptivo sobre el cine narrativo clásico, el cual articulando todos los códigos y subcódigos de la imagen audiovisual en secuencia, podemos graficar así:

Sustantivación	Cualificación	Verbalización	Diégesis
_____ /	/ _____ /	/ _____ /	/ _____ /
ENCUADRE	*PLANOS	*MOV.CAMARA	*MONTAJE OBLIG.
	<-- <--		<--
	*ANGULACIONES		
		*MONTAJE FACULTATIVO.	
	*SONORO		
	*CROMAS-		

\_\_\_\_\_ / / \_\_\_\_\_ / / \_\_\_\_\_ /

objetos  
moda- <--- Atribuciones de valor <----Modalización <---  
lizados modalizadoras

/\_\_\_\_\_ /

MODALIZA-  
CION JE-  
RARQUICA  
HEGEMONICA

### Competencias perceptivas presupuestas:

El cine narrativo clásico descrito tiene una enorme importancia analítica y cuantitativa mucho más allá del cine mismo. La gran mayoría de films y seriales de televisión tienen hoy todavía esa estructura formal, lo que desde un punto de vista analítico nos permite entender, tanto la primera etapa del cine (basado más en la organización plástica de la imagen) como el cine contemporáneo, que al igual que el video arte, se caracterizan por transgredirlo.

La publicidad política televisiva, al igual que muchos spots publicitarios de bienes y servicios, tiene (también a veces) dicho esquema formal. De allí la importancia de preveer lo que este esquema presupone desde un punto de vista perceptivo.

En primer lugar presupone la competencia (saber) de interpretar linealmente un texto; esto es, organizar toda la lectura o tarea interpretativa a partir del desarrollo de una sola variable (la intriga, la argumentación) y articular el todo del texto (los demás códigos percibidos) en función de ella. No se les da a los colores, angulaciones, movimientos de cámara, entre otros, el rol de argumentadores del planteamiento político, sino tan sólo de cualificadores. Se supondría que el tronco, la base, está en lo narrativo, en este caso, en la argumentación lingüística y/o en el contenido de la puesta en escena.

b) Otro tipo de cultura audiovisual tiene la forma de funcionamiento de la **teleserie**, que tiene una estructura será muy similar a ésta. Cambiará sólo el tipo de argumentación (repetición de elementos, innovación en sus historias), es decir, paralelismo y enclaves: historias paralelas que tendrán un efecto en un tronco básico que corresponde al nudo de la teleserie, que como tal se desenvuelve a partir de un conflicto inicial, desarrollo y solución final, a la que se llega después de muchos capítulos.

### Investigaciones que fundamentan la descripción.

Morañas (1982), estudiando un corpus de teleseries, llega a la inteligibilización de la forma de funcionamiento de su imagen en secuencia, forma que podemos explicar a partir del nudo que la constituye.

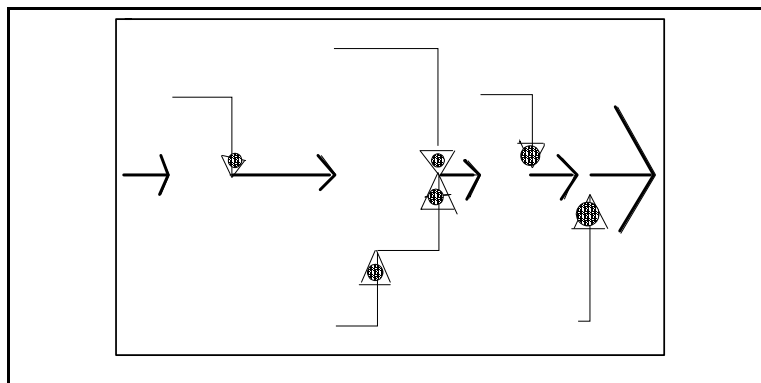
Por su extensión (muchos capítulos) la teleserie debe trabajar una dualidad: por una parte debe repetir la información para permitir que en cualquier momento puedan insertarse nuevos o antiguos televidentes y por otra, debe "pasar algo", pues si no los televidentes se cansarían o perderían el interés. De allí que toda teleserie busque el equilibrio entre "información" (lo nuevo) y "redundancia" (la repetición). Y de allí, que a diferencia del cine, el libretista sea más importante que el director.

Lo que hace a una buena teleserie es el justo equilibrio entre información y redundancia. Esta dualidad tiene un correlato en su sintaxis televisiva, que Morañas (1982) encuentra en la especificidad de su narración: hay un tronco central narrativo que se interrumpe continuamente

para dar paso a otras historias que van teniendo un efecto narrativo en él. Dichas historias se constituyen, entonces, en relatos que se articulan narrativamente bajo la forma del "enclave" desarrollándose paralelamente. La singularidad de dicho tronco o nudo narrativo (o sí se quiere, del programa narrativo en la perspectiva de Greimas) es que se conforma en una linealidad conflicto, desarrollo y solución final. Es el código narrativo quien modaliza a los otros.

Desde el punto de vista de la organización de la imagen, ésta sigue el mismo delineamiento del cine narrativo clásico, salvo que predominan los planos medios por sobre los generales. Lo mismo ocurre respecto a lo cromático y sonoro.

Una ejemplificación de la estructura narrativa puesta en acto por la teleserie es dada en la siguiente ilustración:



### **Competencias perceptivas presupuestas y texto audiovisual:**

El cine narrativo clásico tiene hoy un consumo generalizado, lo mismo que la teleserie, por lo que podemos inferir que los saberes perceptivos, que ambos suponen, se encuentran incorporados cotidianamente a los mundos posibles de la inmensa mayoría de los lectores audiovisuales, de allí la importancia de su descripción para la publicidad política.

La teleserie a pesar de su parecido formal con el cine narrativo clásico implica una diferenciabilidad perceptiva importante a destacar. En el cine clásico la competencia presupuesta es lineal: todo es visto en función de un desequilibrio, desarrollo y final narrativo, núcleo que da coherencia hegemónica a las informaciones de los otros códigos. En la teleserie también existe una hegemonía de lo narrativo que articula la comprensión de la información de los otros códigos. La diferencia está en la forma en que se desarrolla la narración: la narración central al estar interrumpida por otras historias paralelas (que tendrán un efecto en ella), estimula la tarea de deciframiento de lo real: el lector de teleserie debe especular sobre los posibles efectos de los enclaves en el tronco central. Esto significa que el lector que la teleserie presupone debe ser capaz de procesar una gran cantidad de variables, a diferencia del espectador de cine narrativo clásico: no hay un vector narrativo, sino que muchas historias que deben interpretarse especulando sobre sus posibles efectos. No es casual, entonces, el interés por este tipo de formato televisivo, siguiendo nuestra argumentación: serían menos los contenidos y más esta competencia caleidoscópica

inteligibilizadora de posibles efectos de acciones la fascinación mayor de la teleserie. La teleserie reproduce la lógica de las acciones de la vida cotidiana en las sociedades contemporáneas donde las opciones más domésticas no dependen de una sola variable, sino que de la articulación de muchas, y donde la vida nos invita a coherenciar una multiplicidad de factores. Quizás la fascinación por la narración clásica esté precisamente en la contrapartida de esto: "se ve en ella un mundo que ya no es y que es imposible ya vivir" (Del Villar, 1984, pág.81); un mundo donde la vida depende de nosotros mismo, o a lo menos de un solo vector. La teleserie es exactamente lo inverso: presupone la competencia inteligibilizadora de lo cotidiana, donde nuestras acciones se mezclan con la de muchos otros.

Podemos, entonces, presuponer tanto la teleserie como el cine narrativo clásico forman parte de las competencias perceptivas de la gran mayoría de los consumidores de la cultura de la pantalla contemporánea, lo que tiene una enorme importancia para la persuasión, pues es factible pensar que el lector- elector tiene ambas competencias: estaría capacitado tanto para procesar una argumentación basada en un sólo vector (lo que reenviaría a la ensoñación de como nos gustaría la vida) como de varias variables en función de efectos múltiples sobre un eje de acciones concreto (lo que reenviaría a la referenciabilidad de lo que se conceptualiza como el operar de la vida).

c) A veces la cultura audiovisual hará suya la sintaxis del **cine narrativo contemporáneo**, al igual que la inmensa mayoría de la publicidad actual. Lo propio de dicha articulación códiga es negar alguna parte del esquema precedente donde se inteligibilizaba al cine narrativo clásico. Para el cine narrativo contemporáneo no existe una regla en el tratamiento de los códigos descritos (Metz, 1968), de allí las dificultades en su descripción. Más bien tiene sólo dos reglas: la ficción narrativa tiene un lugar importante dentro de los códigos, pero no necesariamente es el único modalizador hegemónico, y cualquiera sea la opción del director, en algo se alterará la gramática clásica ya descrita.

Investigaciones que fundamentan la descripción.

Reenviamos al lector al estudio de film concretos, como "Muriel", de Bailblé, Marie, y Ropars (1975), "Pink Floyd: the wall", de Del Villar (1984); a entrevistas a realizadores, como Godard (1985) y Nekes (1978); y estudios de corpus de cine narrativo contemporáneo como Chateau (1981), Aumont- Marie (1983, 1988), etc. Debemos destacar que la mejor inteligibilización del cine narrativo contemporáneo la encontramos en Metz (1968) cuando justifica por qué estudiará al cine narrativo clásico: "si lo estudio, no sólo estaré interpretando lo que él significa, sino que descubriré en qué el cine contemporáneo lo transgrede". Lo que significa que el cine narrativo contemporáneo se singulariza porque en algún sub-conjunto, y/o en alguna modalización se ha invertido el esquema clásico.

Competencias perceptivas presupuestas.

Las competencias perceptivas presupuestas por la sintaxis del cine narrativo contemporáneo son las de decifrar lo que se ve caleidoscópicamente: todo puede ser significativo, por lo que debemos interrelacionar una gran cantidad de información códiga en función de buscar coherencia a lo que vemos. Las competencias son abstractas, plásticas, y no sólo narrativas. Es esa la diferencia con la teleserie. En ella lo que se coherencia es algo concreto: acciones. En el Cine

Contemporáneo inteligibilizo colores, modalizaciones, sonidos, planos, etc., en un espacio interpretativo donde "todo es posible". "El cine narrativo contemporáneo se aproxima a la vida tal como ella es en su funcionamiento sociocultural. La teleserie es todavía una idealidad, pues las acciones que se interconectan son acciones, esto es, desarrollo de la intencionalidad humana, pero la vida cotidiana depende no sólo de múltiples vectores accionales que se interconectan, sino que de la interconexión de muchas temáticas, isotopías, relaciones sociales, económicas, culturales, pulsionales y políticas, en definitiva de una infinidad de estructuras soportes de la vida social" (Del Villar, 1984).

Las competencias son, por lo tanto, de deciframiento plástico y narrativo: la tarea del lector, es la de dar coherencia a un bricoleur, a un caleidoscopio, tal como lo describe Lévi-Strauss en el "Pensamiento Salvaje" (1962).

d) A veces la cultura audiovisual tomará la forma de funcionamiento del **video arte**. Se privilegiará la estética de la imagen con una temática semántica y pulsional subyacente, y será imposible establecer un código que rijan a los demás, ya que dependerá de cada propuesta específica. La totalidad de la imagen audiovisual en secuencia podría estar modalizada por los cromas, etc. Lo que hace el video-arte es llevar al extremo la sintaxis del cine narrativo contemporáneo, donde cada realizador puede hacer lo que quiere, en la exacta medida que la narración puede ser abolida. No hay reglas de formato, de duración, nada.. La única regla es el privilegio de la estética y/o de la cosmovisión del creador (sea pulsional, sea semántica). El video-arte no es más que "pintura en imágenes".

Investigaciones que fundamentan la descripción.

Las descripciones del video- arte como fenómeno cultural coinciden en asignarle un lugar en la democratización de la cultura audiovisual, "borrando la diferencia entre imaginario público y privado" (Armes, 1988, pág.198), permite por medios audiovisuales domésticos hacer "obras de artes".

Si bien es cierto que el video arte no tiene un consumidor masivo, existen circuitos de distribución propios ligados a los museos de arte moderno, los centros culturales, y la pluralidad de centros de cultura alternativa (underground). El video arte nace ligado a una crítica ideológica a la cultura de masas. Este carácter le dió un sello desde el punto de vista del contenido, priorizando una cosmovisión, una pulsionalidad. Sin embargo, las descripciones de la sintaxis de funcionamiento del video- arte fueron bastante heteróclitas, precisamente por este carácter de "pintura en imágenes secuenciales" donde cada director es su propia escuela: al negarse la cultura de la pantalla, se niegan las formas prescritas, constituyéndose en un espacio donde cada uno puede hacer lo que quiera (el rechazo a la ley simbólica o si se quiere, en las palabras de Deleuze- Guattari, a los principios constitutivos de la reproducción societal, reenvía a que se priorizan a los flujos energéticos desestabilizadores).

No hay, entonces, una sintaxis establecida. Esta se construye a partir de las fuentes más diversas (Armes, 1988, pág.197- 198) y en cualquier formato. Podría pensarse que se privilegia la edición y los efectos de imágenes vía ordenador, pero no siempre es así. Un diagnóstico cuantitativo permite pensar, (Cubit, 1991), que en el video arte se prioriza lo paradigmático, lo asociativo, por sobre el encadenamiento; los procesos de metaforización por sobre la simulación del

encadenamiento de lo real (metonímico); y que siempre habrá "un transgredir la norma". Y será ésta última, en definitiva, la regla que más se repita, regla explicable, pues "se caracteriza por ser un trabajo sobre el significante más que sobre el significado" (Cubit, 1991, pág. 86-107), de allí su menor referenciabilidad y el menor peso de lo narrativo.

Competencias perceptivas presupuestas.

Si el video-arte se constituyó originalmente en una práctica underground que transgredía la cultura de masas, en el transcurso de la vida contemporánea su estética se extrapoló a la publicidad, a la video música, y a la televisión en general. La emergencia de imágenes de inteligencia artificial y el abaratamiento de la producción televisiva implicaron el uso corriente en televisión, en publicidad, y en video-clip de una puesta en imágenes cada vez más abstracta: las costosas producciones de montaje escenográfico fueron reemplazadas por "jugar con líneas, con cromas, con manchas; en definitiva se institucionalizó un espacio plástico donde ya no se significa la referenciabilidad de lo real, sino que lo real se metaforiza"

La estética del video-arte se masificó, y si antes la Coca-Cola se posicionaba mostrando a gente que se divertía tomando Cola en discoteques, estadios y en la playa, hoy (1994) vemos una chapa que dice Coca-Cola e imágenes abstractas que nos reenvían a algo que no está en la pantalla: "soy yo como lector que veo lo que no está", pues se presupone que tengo inserto en mis mundos posibles intelectivos la competencia del bricoleur, de aprehender lo real a través de coherenciar múltiples variables en una lógica de las cualidades sensibles (plástica y abstracta). Esta estética no sólo se extrapoló a la publicidad, sino que forma parte cotidiana de la pantalla de telediarios, transiciones visuales televisivas, afiches, etc.

Que dicha competencia presupuesta por el video-arte exista, es materia de investigación empírica.. Sin embargo, tal como podemos deducir que las competencias de lectura del cine narrativo clásico y de la teleserie debiesen existir en tanto son formatos audiovisuales de consumo generalizado, a lo menos podemos pensar que hay una alta probabilidad que dicha competencia exista en los jóvenes, a lo menos gran cantidad de productos publicitarios dirigidos a ellos, y de video-clips tienen dicha característica. En todo caso no es nuestro objetivo dar recetas publicitarias. Cuando hablamos de competencias de lectura presupuestas nos referimos a lo que la estructura códiga, en tanto que articulación de prácticas significantes, presupone. Si el lector tiene archivado en su memoria semántica y pulsional las competencias que presupone la articulación códiga, entonces podrá percibirlo en tanto que tal. De allí, que sea ese el marco en que se desenvuelven estas páginas.

e) A veces la cultura audiovisual tomará la forma de funcionamiento del **spot publicitario** y en este caso tampoco habrá necesariamente un código modalizador, aunque si una regla de funcionamiento. Se reiterará en la imagen una ensoñación distintiva ligada al producto (un atributo semántico o pulsional) y la identificación de la entidad que habla.

Todo spot publicitario de bienes o servicios se caracteriza por insertarse al interior de una estrategia creativa persuasiva, donde se delinearán los grandes ejes de la campaña. Esto significa el establecimiento del carácter visual y lingüístico de dicha estrategia (lo que implica, como hacíamos referencia en la primera parte de este libro, "posicionar" al producto). Esto es, hacerlo "reconocible", "identificable", "diferente al resto", a través de una marca (nombre) y un atributo ligado a ésta



(ensoñación). Que el posicionamiento sea distintivo (diferente al resto de los productos de la competencia) significa que la publicidad debe jugar entre los espacios dejados libre por la competencia, analizando tanto la estrategia visual de su publicidad, como la de sus contenidos. Pero, no es el único elemento a tener en cuenta por el publicista para definir el posicionamiento, sino que él se nutre de un diagnóstico del mercado de productos similares y de los consumidores potenciales que él tendrá; como de las características del producto mismo. Y a esos tres elementos es necesario agregar otro: "la estrategia de medios"; esto es, cual es el plan que se establecerá respecto a en qué medios (masivos y/o no masivos), y en qué seriación temporal y espacial, se desarrollará la campaña.

Definida la identidad (nombre propio) y la ensoñación ligada a dicha identidad (atributo), la publicidad debe reiterarla tanto a nivel visual como de contenido, para que ella sea reconocible. Esto significa que cambiarán los spots (y los afiches y avisos), para no saturar al lector, pero ellos tendrán siempre el mismo modelo, se innova y se repite la variación de una misma estrategia persuasiva. La reiteración implica la repetición de una estructura, es por ello que deberá haber siempre un elemento visual o lingüístico que se repite, siendo la variación una variación de la misma idea central. Y allí es de enorme importancia la repetición del nombre del producto quien aparecerá en un lugar privilegiado de la pantalla. Privilegiado desde el punto de vista perceptivo, no necesariamente en tamaño.

Es por ello, que una de las características más reiteradas de la publicidad es asignarle al nombre una significación (Péninou, 1972, pág.95- 99), lo que se traduce no sólo en otorgarle un privilegio perceptivo, sino que en darle significación a las letras mismas desde un punto de vista gráfico produciéndose "una semantización de la grafía" (Block de Behar, 1973, pág.195).

En la publicidad todo es significativo, y la publicidad contemporánea se caracteriza por vehicular información a través de todos los componentes de la imagen audiovisual en secuencia. Generalmente se aproxima al video- arte y al cine narrativo contemporáneo, otorgando (como este último) el mismo rol a todos los componentes de la imagen en secuencia, u otorgando un rol preponderante a códigos como los cromáticos o a los de la organización de la imagen, acercándose bastante a la estética del video-arte. A veces se aproxima (como la muestra publicitaria Cannes 1993) al cine narrativo contemporáneo o a la teleserie, otorgando el rol de modalizador a la puesta en escena, y teniendo los otros códigos el rol de modalizados. Todo depende de los ejes centrales descrito que rigen el posicionamiento puesto en acto, donde tiene un papel preponderante el segmento de consumidores al que se pretende persuadir.

No hay, entonces, una regla clara de construcción de la imagen audiovisual en secuencia más allá de las dos nombradas (reiteración de identidad y atributos distintivos). Y más allá de la prefiguración de los consumidores potenciales a que está dirigida.

Investigaciones que fundamentan la descripción.

Péninou (1972) estudiando un corpus de gráficas publicitarias, detectó la sintaxis de organización de su imagen puesta en acto: reiteración de la identidad y del atributo ligado a ella, lo que se expresa en la marca (el nombre propio) y en el valor a ella asociado. Dicha sintaxis tiene diversas variantes en su forma de funcionamiento, más allá del nombre: i) puede desarrollarse una publicidad de presentación y/o recuerdo del producto, donde sólo aparece el producto: sea él mismo, sea por que alguien lo designa o exhibe; esta publicidad expresaría debilmente una asignación de valor, y más bien reenviaría al lector a las antiguas publicidades del producto o a las que vendrán; ii) puede desarrollarse una publicidad donde el énfasis está en la atribución de un valor (predicación):

sea por que el producto se presenta solo, vale por sí mismo, pues el máximo valor es tener acceso a él, lo que se expresa poniendo al producto en primer plano, y el fondo desenfocado, o luz/ sombra, entre otros posibles (esencia); sea por sustitución: ligamos metafóricamente un atributo de la realidad al producto (fumar cigarrillos Khol permite sentir el rocío de la mañana); sea por correlacionar secuencias de la vida cotidiana al producto (metonimia); sea porque se hace inferir al lector que porque el producto tiene un sub-conjunto la totalidad de él es óptimo (sinécdoque); iii) puede desarrollarse una publicidad que pone énfasis en implicar al consumidor, lo que implica la inserción de personajes, conocidos en el medio o no: sea a través de mirar de frente al lector (frontal); sea insinuándole con la mirada oblicua o tres cuartos (matiz); sea porque se nos trata de implicar mostrándonos una escena de perfil (perfil).

Luego, sea por predicación o por implicación, siempre la publicidad está exhaltando al producto asignándole un valor distintivo.

Se deduce también, de los estudios de Péninou (1972), que la publicidad tiene grandes líneas sintácticas de organizar una estrategia creativa persuasiva, pero que deja grandes grados de libertad para manifestarla visualmente; lo que estaría explicando la gran variabilidad de su sintáxis propiamente audiovisual, aproximándose a formatos tan disímiles como el cine narrativo clásico y el video-arte, por tomar dos polos.

Confirma ésto, los estudios de Durand (1970) respecto a las formas de argumentar de la publicidad: su retórica no es diferente a la retórica clásica (desde siglo V a.c.). Durand estudia tanto la retórica secuencial publicitaria (como encadena su discurso), como la retórica puesta en acto cuando selecciona una cualidad del producto en vez de otra (paradigmática). Según el estudio de Durand en el encadenamiento persuasivo publicitario intervienen las siguientes operaciones de trabajo sobre el significante: la adjunción de información, la supresión, la sustitución, y la conmutación (intercambiar los términos). Y a nivel de la selección de un atributo entre otros posibles (paradigma) la persuasión publicitaria trabaja los significados que se le otorgarán al producto: sea por identidad, sea por similitud, sea por diferencia, sea por oposición, sea por falsas homologías (Durand, 1970, pág.75).

Esto es, lo que hace Durand no es más que describirnos que en la publicidad operan una gran gama de posibilidades de construcción de la atribución de valor, lo que da cuenta de la enorme variabilidad de sintáxis audiovisual que ella emplea, siendo sus únicas restricciones las ya especificadas en las líneas precedentes: reiteración de posicionamiento distintivo a través de identidad y atribución de valor, vía implicación, o vía predicación, utilizando todos los recursos retóricos posibles.

El posicionamiento distintivo es la idea central de la articulación códiga publicitaria televisiva, y los estudios posteriores de la semiótica publicitaria no han hecho más que operacionalizar como detectar los lugares vacíos dejados por la competencia, para a partir de allí generar una estrategia publicitaria enmarcada en los principios descritos. En ese contexto Durand y sus discípulos, han generado una herramienta descriptiva que permite diagnosticar la retórica de la competencia, en vías de establecer los espacio vacío, a través del estudio de todas las combinaciones posibles de los dos grandes ejes por él descrito. Por otra parte los trabajos de Magariños de Morentín (1984) han desarrollado una operatoria descriptiva del posicionamiento de la competencia, tanto a nivel de contenido (los roles posibles que se le pueden asignar al producto: sujeto, objeto de deseo, ayudante, oponente, plenitud, carencia), como a nivel de la manifestación visual. La manifestación visual es descrita desde un doble punto de vista: lo que capta o registra la imagen (o formas, o uso

del producto o valores asociados a él); y el tipo de trabajo sobre el significante con que se lo capta (o énfasis en la forma del significante, o énfasis en mostrar la existencia del producto en sí mismo, o énfasis en un tipo de metalenguaje particular).

Los trabajos semióticos de Jean Umiker-Sebeock (1987) han desarrollado la otra cara del posicionamiento. Todo posicionamiento debe construir una identidad y una ensoñación distintiva al producto, y reiterarla. Su distintividad renvía a que sea diferente a la de los productos de la competencia. Pero la creación de una estrategia publicitaria no es sólo un juego formal de llenar espacios vacíos dejados por los otros posicionamientos, sino que debe "llegar al consumidor", para ello Umiker-Sebeock establece las herramientas analíticas que permiten pasar del análisis del imaginario de los consumidores a la estrategia visual que tendrá la campaña. De allí que sus estudios ligen técnicas de "grupos focales", "observación participante", entre otras, a las herramientas semióticas de como se transmite la información en la imagen audiovisual en secuencia.

Competencias perceptivas presupuestas.

La publicidad de bienes y servicios, con su sintáxis y retórica descrita, forma parte central en la cultura audiovisual contemporánea. Su gramática y forma de argumentar, invaden las calles, el metro y las pantallas de nuestros televisores, por lo que podemos presuponer que las competencias de lectura que ella implica están insertas en la memoria semántica y pulsional de nuestros electores potenciales. Debemos suponer, también, que ella es reconocible, luego, cuando una estrategia persuasiva hace suya esta forma de funcionamiento (reitera la entidad que habla, y repite valores o atributos ligados a ella, a través de todos los componentes de la imagen audiovisual) es factible implicar que se le reconocerá por lo que es, es decir, publicidad; lo que puede ser favorable o desfavorable, según sea la estrategia prefigurada.

Ahora bien, ¿cuáles son las competencias de lectura que la publicidad presupone? A. Moles (1976) estudiando el afiche (pero válido para cualquier tipo de publicidad) las describe como un proceso de "percepción", "disociación", y "reorganización" (Moles, 1976, pág.23). El sujeto lector nunca percibe un mensaje publicitario en forma aislada, sino que más bien aprehende un "collage" de imágenes a través de diferentes medios, referidos tanto a esa publicidad como a las otras. Lo que hace el sujeto, entonces, es disociar la percepción, integrando un cúmulo de percepciones a la percepción que es objeto de la mirada. De esa disociación emerge una integración globalizadora, donde se le asignan atributos tanto al producto como a la vida, constituyéndose macro-estructuras valóricas. Procesos en que, sabemos, intervienen los mundos posibles archivados en la memoria del sujeto lector. Archivos que no son sólo de sentido sino que plásticos. A. Moles hablará de que todo afiche implica protocolos interpretativos "estéticos y semánticos" (Moles, 1976, pág.22). Luego, la lectura de la publicidad implica coherenciar múltiples mensajes, sea en una lógica similar al cine narrativo clásico (siguiendo un sólo vector), sea en una próxima al video-arte (siguiendo una multiplicidad); pues aún cuando la argumentación persuasiva sea narrativa clásica, será el sujeto quien deberá agregar información a la imagen para asignarle al producto un rol, y a él mismo respecto a su ligazón con el producto. La narración puede ser clásica, pero ¿qué lugar se dará al producto en ella? ¿Identificará al sujeto como Cigarrillo Marlboro es al hombre Marlboro, reenviándonos a nuestros propios procesos identificatorios? ¿Será oponente de los insectos, como nuestro Raid, estimulando nuestra catarsis de la vida cotidiana, que nos permite oponernos a aquello que nos molesta? ¿O será ayudante de nuestras tareas de lavados como el "amigo" Drive, que bajo la

figura del padre benefactor nos protege? . Será la plenitud, la homeostasis, el equilibrio de la vida, como pasar "a otra" asociado a los cigarrillos Kent? . Serán las carencias de la vida las que veo en la pantalla y asocio mis carencias a mi carencia del producto, transformándolo en mi deseo prohibido? . O será simplemente, él mismo producto en sí él que es objeto del deseo?

La publicidad, entonces, implica la participación del lector en la tarea de decifrar un collage coherenciándolo a través de múltiples mensajes, donde los significantes o soportes transmisores de la información no son leídos como meros soportes (como las letras de un libro) sino que como vehiculizadores de sentido y pulsionalidad. El que la tarea de deciframiento de la multiplicidad perceptiva esté basada en buscar un solo principio organizador (como la competencia presupuesta por el cine narrativo clásico) o que esté basada en una multiplicidad de vectores concretos (como la teleserie) o abstractos (como el cine narrativo contemporáneo y el video- arte), dependerá del tipo de publicidad de que se trate, lo que como decíamos, depende no sólo de la opción creativa de los generadores, sino que de los segmentos que se prefiguran como el grupo objetivo a quien va dirigido el mensaje. De allí la importancia de los estudios sobre los protocolos perceptivos, valóricos e intelectivos de los consumidores, en nuestro caso, de los electores.

f) A veces la publicidad política tomará la forma de un **video-clip**, y como él, será organizada por la estructuración rítmica musical,

	<b>Componente</b>	Código Sonoro
Componente sintáctico semántico	<b>Sintáctico</b> (organizador)	
	<b>Componente Semántico</b> (organizados)	Código Cromático Código Imagen Código Narrativo Código Esriptural

Investigaciones que fundamentan la descripción.

Metz (1971,1974) describiendo la forma de funcionamiento de la imagen en secuencia del cine narrativo clásico detectaba no sólo que allí el sonido es un atributo de la imagen, sino que ello era propio de toda la cultura occidental.

La cultura blanca asignará a los colores sonidos el carácter de cualidades de lo real. Ellos mismos no son realidad, sino atributos de... Lo real es lo que mis ojos pueden ver y lo que mis sentidos puedan tocar. Del Villar (1987, 1992) estudiando un corpus de video-clip desde un punto de vista cuantitativo y cualitativo, detectará que el carácter específico del clip consistirá en una ruptura con toda la episteme de la sociedad blanca, en la medida que se asigna al sonido el carácter de realidad, y a la organización de la imagen, a la puesta en escena, y a los colores sólo el carácter de cualificadores. Esto significa dar vuelta en 180 grados el edificio de la cultura audiovisual descrito por Metz en 1971-1974. La investigación citada procedió a un análisis cuantitativo de tipos de planos, angulaciones de toma, movimientos de cámara, edición, puesta en escena, encuadres, iluminación, cromas, gradaciones tonales, lugar asignado al sonido, y a la persuasión publicitaria, a través del establecimiento de su frecuencia estadística; no encontrándose que algunos de los items

analizados fueran una regla invariable, salvo en los dos últimos sub-conjuntos. Por otra parte, el tratamiento que daba el video-clip a los demás items no era cualitativamente diferente a algunos de los otros formatos filmico/ televisivos. La regla que se repitió siempre, en todos los video-clips analizados, fue que la sintaxis audiovisual puesta en acto no era la de la publicidad. En el video-clip no se reiteraba una ensoñación distintiva (salvo Madonna), pues el tipo de ensoñación era generalmente compartida por grupos afines. Tampoco se daba un lugar privilegiado a la marca (nombre del grupo o cantante), ni se semantizaban sus caracteres gráficos. Curiosamente, pues el clip nace asociado a la publicidad del producto disco, y su función publicitaria es elevarlo de posición en el rating, y con ello elevar las ventas.

La otra regla, que tendía a repetirse, era la asignación de rol hegemónico o modalizador a la música, tendencia que no tenía un correlato con la comedia musical. Desde un punto de vista cualitativo, la descripción de su forma de funcionamiento encuentra (Michel Marie, 1975) que la música se inserta al interior de una historia que la justifica, y la cámara sólo tiene la función de ejemplificar lo que pasa en la escena. Se buscó, entonces un rasgo distintivo que lo diferenciara de los otros formatos descritos, desde el punto de vista formal, tal como lo hicieron los primeros semiólogos respecto al cine. Dicho rasgo no era más que el rol hegemónico de la música, como estructurador (modalizador) de la secuencialidad de la imagen. Lo que a su vez tiene relación con la estética televisiva: si el telediario pretende hacer partícipe al lector del acontecimiento, si el fútbol televisado pretende hacer vivir al televidente el partido, el video-clip le reproduce el sentir la música. Un concierto es un espectáculo en vivo donde el público comprometido participa y vive la música a través del movimiento corporal: la estructuración rítmica pulsional de la música es seguida con los pies, con las manos, el tronco, en definitiva con todo el cuerpo; y los ojos, por medio de la fóvea, enfocan y desenfocan los objetos regulando su nitidez en el paso de la mirada de detalles a la general, siguiendo siempre la energética rítmica propuesta en el escenario. El video-clip se aproxima a esta estética, tratando de simular el efecto música como si estuviéramos allí. Es, quizás por ello, que la cámara, la iluminación, las variaciones cromáticas, el movimiento de los personajes tratan de simular dicha estructuración pulsional al interior de la plana pantalla rectangular que es nuestra televisión. En la televisión no se puede enfocar y desenfocar (para enfocar a otro objeto de mirada) con las mismas condiciones que se tienen en un espectáculo en vivo, sin embargo el rasgo distintivo del video-clip la reproduce, y cada vez que la imagen se congela en su sincronidad modalizadora, se congela también la ligazón lector- desarrollo de la música. Es esta, quizás, la estética inconsciente que el rasgo distintivo del video-clip respecto a los otros formatos televisivos reproduce, rasgo distintivo que implica una ruptura epistémica con toda la cultura filmico/ televisiva existente.

### **Competencias perceptivas presupuestas.**

La sintaxis del video-clip tiene, como hemos señalado, una manifestación audiovisual bastante heterogénea. Tiende a aproximarse más al video-arte por su carácter la más de las veces de "collage de imágenes" (paradigmático), y generalmente metafórico; aunque muchos clips mantienen una referenciabilidad y/o una narración audiovisual clásica. Sin embargo, la competencia perceptiva que siempre presupone es la que lo singulariza como formato: el asignarle al desarrollo secuencial de la música el carácter de modalizador de la imagen audiovisual en secuencia. Esto significa que la competencia que se presupone es el establecer como hilo conductor principal el desarrollo musical: el guión narrativo, la puesta en escena, la narración no son el principio coherenciador interpretativo.

Este hilo conductor fundamentalmente vehiculiza perceptivamente una información pulsional, de energía que condensa y expande: que reenvía al equilibrio, a la homeostasis de tensión/desplazamiento; o a una catarsis, liberación de energía; o a fobias, tensiones por la hegemonía de condensación sin su correlato expansivo; o a estados equívocos de contrapuntos y conflictos pulsionales. Es un hilo conductor que modaliza la percepción, y al que es asociado tanto la puesta en escena, la narración, como lo cromático, y el enfoque visual secuencial. Ellos dan un atributo a la música, y cualificándola, le asocian un sentido.

La publicidad política, los video- juegos, y la videoanimación hacen muchas veces suya esta sintaxis, y las implicancias de esto van mucho más allá que aproximarse a los jóvenes vía un formato que es para ellos de un gran consumo. Por lo menos, desde un punto de vista deductivo, son factibles las siguientes consideraciones: la video- música propone al lector "una partitura perceptiva" que le llegará en la medida que reconozca sus propias pulsiones (fobias, homeostásis, catarsis energética, etc.) en la banda de sonido; al mismo tiempo tanto la puesta en escena, como el tratamiento cromático y la organización de la imagen, al ser modalizadas por la secuencialidad perceptiva energética rítmica, ya no son "realidades" externas al sujeto sino que reproducen su vivencia interior, implicándolo subjetivamente en lo que ve; si lo que ve guarda relación con su imaginario, se refuerza la implicación, y se mantiene una ligazón con el propio cuerpo del lector

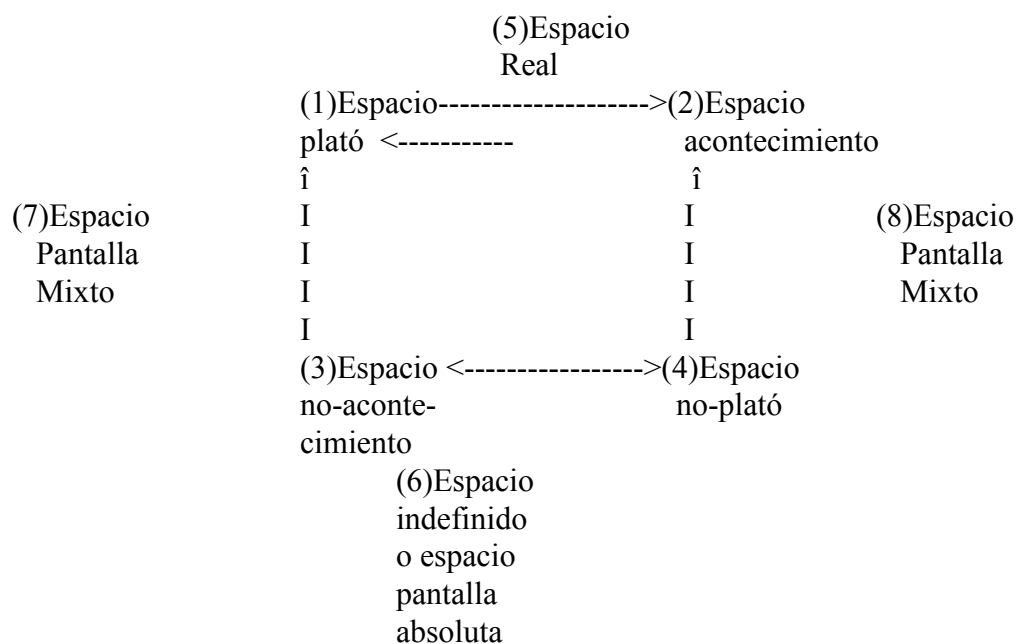
g) A veces la cultura audiovisual televisiva tomará la sintaxis audiovisual del **telediario**, organizándose a partir de la voz: el locutor, y/o el candidato (situados en el equivalente a un estudio de televisión) se constituyen en los organizadores centrales del encadenamiento de la imagen en secuencia, su voz (cód. narrativo) estructura lo que la pantalla muestra (acontecimientos, documentales de una situación social, reportaje visual a la campaña, etc.); posición que muchas veces es transferida a una voz en off (se escucha la voz, organizando y dando sentido a lo que la imagen muestra, pero no la vemos). Esta posición modalizadora del código narrativo tiene un correlato con una organización de la imagen que implica un continuo salto de espacio y de tiempo. Esto es, el montaje está al servicio de una narración (puesta en escena) que se caracteriza por cambiar espacial y temporalmente, sin indicación alguna más que el contenido de la argumentación lingüística, sea porque se cambió de tema, sea porque el desarrollo de la temática implica ese nuevo escenario. El tratamiento de los planos y del encuadre tiende también a tener una similitud con el del telediario. Allí el espacio del estudio tiende a ser registrado en plano medio y el acontecimiento en plano general, siendo los encuadres siempre horizontales. Tendencias innovadoras en la organización visual del telediario, como tratar el espacio del estudio en plano general, o como desplazar el rol del locutor por el desarrollo de la imagen misma ("sin comentario", Euro News), tienen hoy una utilización en este tipo de publicidad.

### **Investigaciones que fundamentan la descripción.**

Casetti(1982, 1983), Bettetine(1984), Balestreri(1984), Vilches(1989), entre otros, han estudiado la forma de funcionamiento audiovisual del telediario contemporáneo. Si ayer era sólo un locutor quien leía noticias y al que se le insertaban entre medio imágenes de archivo, hoy, gracias al satélite, enlaces micro- ondas, y fibra óptica, el telediario ha tenido una ruptura epistémica en su organización. Vilches(1989) detecta 8 tipos de espacio y 4 tipos de tratamiento temporal diferentes, a

partir de un corpus de telediarios. Respecto al espacio la primera gran división se da entre el espacio del estudio (plató), el espacio del acontecimiento, y un lugar indefinido estatuido por imágenes de inteligencia artificial, que no tienen una ubicación espacial clara (gráficos, transiciones abstractas, etc.). A este espacio indefinido Vilches lo denomina "espacio de la pantalla" que obviamente se opone a los otros dos en la medida que son analógicos. "Pero, dado que ni uno ni otro se dan siempre en forma pura, porque también hay efectos de tratamiento sobre imágenes reales, analógicas, existe una zona de transición semejante a lo que sería el resultado del trabajo de la luz sobre un espacio oscuro, que produce una franja variable de grises y de matices" (Vilches, 1989, pág. 296).

De allí que formalice los diferentes tratamientos espaciales de la siguiente manera:



(Vilches, 1989, pág. 296)

El espacio real se refiere a la utilización a la vez del espacio del locutor (estudio) y del acontecimiento, que miramos al mismo tiempo en nuestra pantalla; o de un solo espacio, como es el caso de un corresponsal en el lugar de los hechos. En los espacios (3) y (4) el espectador no sabe donde atribuir los hechos, y debe inferirlo por deducción respecto a la secuencialidad, y según ello atribuirlo al estudio (plató) o al acontecimiento. El espacio (6) es el de la pantalla (abstracto). La mezcla de imágenes del estudio con imágenes abstractas (pantalla) nos da el espacio (7); y la de ellas con imágenes del acontecimiento, produce (8).

Al mismo tiempo Vilches (1989) detecta 4 tipos de tiempo:

- a) Informador en simultáneo con el espectador y el acontecimiento.
- b) Informador en simultáneo con el espect. y diferido con acontec.
- c) Informador en diferido con el espect. y simultáneo con acontec.
- d) Informador en diferido con el espect. y diferido con acontec.

Siendo los tiempos precedentes referidos a su relación con el espectador, en lo referido a su duración el telediario usa elipsis, resúmenes, dilataciones, pausa.

Por otra parte, no sólo los locutores y los sujetos del acontecimiento son los actores del telediario, sino que también la voz. Esta es quien modaliza toda la sintaxis del telediario. "En la información es el texto y luego, la voz quienes fijan el plano visual que ha de ilustrar la noticia"(Vilches,1989, pág.221). La voz aparece como el soporte del código narrativo, y es ella quien se expresa en locutores, actores del acontecimiento, y principalmente, como voz en off, teniendo como característica más generalizada su neutralidad emotiva (no hay grandes variaciones de intensidad en el tiempo), su distanciamiento respecto a la lejanía y proximidad de la imagen,etc. El uso de los planos en el estudio tiende a ser el de los planos medios, sin grandes movimientos de cámara. En el acontecimiento, el plano sitúa la problemática de la información y el paneo nos traslada a los actores del acontecimiento. La característica de neutralidad en la voz, como el uso de planos y movimientos de cámara, corresponden a un análisis cuantitativo, que nos permite entender las tendencias más generalizadas; sin embargo telediarios más innovadores desarrollan un tratamiento más emotivo de la voz (en función de lograr una implicación emotiva con el lector), o con mucha puntuación y exclamación (los telediarios al despertar), y un tratamiento audiovisual diferente al espacio del estudio, Si bien, la regla es siempre dar un tratamiento cromático que simule lo real: la estética de colores pasteles.

Competencias de lectura presupuestas.

Interpretar una información significa localizarla en el espacio y el tiempo. Dónde y cuándo ocurre lo que veo en la pantalla, es vital, entonces, para captar el acontecimiento que el telediario me informa. En el telediario contemporáneo hay 32 localizaciones posibles (si se interrelacionan los 8 tipos de espacio y los 4 de temporalidad respecto al espectador). Esto implica una tarea inteligibilizadora consistente no sólo en captar los contenidos de la información, sino que en anclarla en un caleidoscópico abanico de posibilidades significantes espacio- temporales.

Esta forma de funcionamiento es relativamente reciente, por lo que cabría preguntarse si todos los lectores tienen realmente laa competencias de lectura por ella presupuesta. La tercera edad, edad fundamentalmente de la escritura, es probable que no perciba lo mismo que generaciones jóvenes. La percepción de la vida cotidiana nos dice que un niño de 8 años es capaz de sincronizar todos los controles del equipo de video o de audio, a diferencia que generaciones más ancianas que tienden a usar sólo tres o cuatro perillas; por lo que sería factible tener la hipótesis de que no todos los lectores comparten las mismas competencias perceptivas.

Luego, en la implementación de estrategias persuasivas que utilicen este tipo de formato televisivo, debemos tener en cuenta esta hipótesis de no factible competencia universal, por lo menos para comprenderlo todo. Sin embargo, esto no invalida su utilización, sólo debe ponernos en guardia sobre la posible no comprensión global (que puede que publicitariamente no sea importante, pues basta que el lector reconozca algunos de los elementos entregados.

Existe otro rasgo del formato del telediario que si avalan su utilización. El telediario "aparece como objetivo, neutral": su voz "pasa a ocupar todos los espacios, dentro y fuera de los cuerpos, dentro y fuera de la escena de la noticia...;es una voz que lo vé todo,..que vigila desde su posición de altura,.. es una voz omnisciente, que puede saber todo no sólo sobre el acontecimiento sino también sobre cómo han reaccionado los afectados;.. es, finalmente omnipotente, porque



además de estar, ver y saber todo, puede decirlo todo, si quiere" (Vilches, 1989, pág.212).

h) Otra forma de Cultura Audiovisual Televisiva tomará el formato de un **foro televisivo**, organizándose todo por la narración lingüística, la gestualidad, la proxémica, y lo vestimentario, transformándose la escenografía en una cualificación importante, lo mismo que el tipo de plano y angulación de toma.

Competencias de lectura presupuestas.

Un foro televisivo al interior de una campaña política atrae la atención tanto de los partidarios como de aquellos que se interesan por lo político en función de orientar o definir su opción. De allí su importancia y la necesidad de ser coherente con los principios de la estrategia persuasiva que se ha puesto o se pondrá en acto. Pero, las competencias perceptivas no serán sólo respecto a lo lingüístico. Es un saber ya acumulado, que la lectura de lo político, en nuestra cultura de la imagen contemporánea es también gestual, proxémica, etc. Podemos, entonces, prefigurar que el lector- elector no sólo verá ideas, sino que focalizará su mirada en otros aspectos que valora importantes para definir su opción como "la honestidad", "la transparencia", "la visión interior", "alguna posición de la tríada autoritarismo/ igualdad/ benefactor", etc. Sabemos, también que cada candidato es como es, y no es un actor para pedirle una modificación de gestualidad o entonación en función de satisfacer tales o cuales requerimientos retóricos considerados estratégicamente óptimos.

Lo que estas páginas nos han dicho respecto a los códigos y su forma de funcionamiento es, quizás, una vía de solución posible: los códigos se interconectan, y sus informaciones se atenuan, neutralizan o retroalimentan.

## 8. Códigos concentraciones masivas.

Las concentraciones son cada vez más un "montaje de espectáculos" y también cada vez menos, una relación cara a cara con el candidato. Pantallas televisivas gigantes con el candidato hablando lo aproximan a un concierto musical, la música a la radio y la escenografía al teatro. Es el MULTIMEDIA la regla de su funcionamiento.

Si el multimedia no es más que una articulación de sistemas significantes ya constituidos como autónomos, entonces establecer los códigos del multimedia no es más que establecer los códigos de los medios elegidos como constitutivos del multimedia (no hay una regla de qué medios deba poner en marcha para la elaboración de un multimedia) y establecer allí su articulación específica. Articulación para la que tampoco hay una regla clara.

El multimedia es entonces polivalente, es un polidiálogo de medios, formatos, géneros y sistemas significantes o textuales. El polidiálogo del multimedia no hace más que poner en evidencia la noción semiótica de la INTERTEXTUALIDAD. Los textos, las prácticas significantes no son autónomas, en su generación y lectura se ligan con todas las otras.

## 9. Códigos de la Video- Animación.

Este artículo ha tenido como objetivo el establecimiento de la materialidad a través

del cual se transmite la información (códigos) en los textos audiovisuales. Hemos establecido que dicha materialidad funciona como prácticas significantes relativamente autónomas de vehiculización de información, en tanto que cada una de ellas conforma un espacio perceptivo propio de una cultura o sub-cultura.

Hemos descrito que los códigos, así definidos, operan a través de sistemas de representación; esto es, no hemos hablado de códigos en abstracto, sino estudiamos su forma de manifestación, y la estructuración a que dan origen, en cada formato audiovisual concreto. Hemos dicho que la Video- Animación es de suyo un formato audiovisual multimedial, por la índole de los soportes que vehiculizan la información: el Comic, Video, Cine, Dibujo Animado, Video- juego, etc. De allí, que en este capítulo hayamos descrito la fotografía, la gráfica, la foto de prensa, el texto musical, el texto lingüístico hablado, las concentraciones masivas, y el texto filmico/ televisivo. Este último, es sólo un campo signifiante, pues lo que han demostrado estas páginas es que cada formato filmico/ televisivo tiene su articulación códiga específica asignándole distinto sentido y distinto rol a cada código: así la música es un sub-código cualificador en los caso del cine narrativo clásico y de la teleserie, pero es quien estructura el espacio perceptivo en el video-clip, etc.

Trataremos de sintetizar lo que se deduce de nuestras investigaciones códigas y sus implicancias para la cultura audiovisual:

-1. Sí el mensaje lingüístico hablado vehiculiza información sólo a través del sonido, lo propio de la cultura audiovisual contemporánea es la sobredosis de información por la gran cantidad de códigos que estructura cada formato: la foto cinco, más la estructuración global, seis; la fotografía publicitaria cinco, más lo lingüístico (que implica tres sub-códigos), y más la estructuración global, siete; la gráfica publicitaria ocho (incluida la estructuración); la foto de prensa cuatro (incluyendo sub-códigos), más la estructuración, cinco; la música dos, más la estructuración tres; la televisión y el cine cinco (incluyendo una pluralidad de sub-códigos), más la estructuración global que es propia de cada formato específico.

Diagnóstico que deberemos interconectar con lo que sabemos de la incapacidad del lector humano para percibirlo todo.

-2. Los códigos se interconectan, y es su estructuración la que los constituye en sistemas significantes de representación, estatuyendo así campos perceptivos relativamente homogéneos culturalmente.

-3. Dichas estructuraciones códigas no sólo configuran sistemas significantes de representación, sino que presuponen competencias de lectura específicas y distintivas. Estos protocolos perceptivos y cognoscitivos presupuestos por la estructuración códiga pueden ser de dominio más generalizado o más restrictivos, dependiendo ello de los archivos de mundos posibles pulsionales y semánticos de los lectores.

Las competencias más generalizadas son las implicadas en el cine narrativo clásico, usadas mayoritariamente en cine, seriales televisivas, y también en publicidad y persuasión política. El consumo masivo de este formato permite prever que es una competencia bastante mayoritaria en los consumidores de imágenes. Ella consiste, como hemos señalado en imágenes toda la imagen audiovisual en secuencia en función del desarrollo de una sola temática (un sólo vector), sea dramática, sea argumentativa, reenviamos al lector a las páginas precedentes. Otra competencia que

podemos presuponer generalizada es la de la foto de prensa, etc.

Las competencias más restrictivas las podemos hipotéticamente presuponer en la lectura del video- arte, en la medida de constituir un sistema de representación de consumo no-masivo. Aquí se coherenciaría una totalidad calidoscópicamente, donde todo es significativo, todo tiene sentido y/o pulsionalidad, y yo debo descubrirla. Las competencias son más bien plásticas, ideológicas, pulsionales. Similar es el caso de la foto artística, de la pintura, y de la gráfica de índole abstracta.

A medio camino, o como mediador de ambos polos, citábamos el caso de la teleserie (también de uso masivo) donde se debe imágenes calidoscópicamente el efecto de varias historias sobre un tronco central narrativo. Los otros códigos son insumo de éste. Sin embargo presupone el ejercicio intelectual de imágenes una multiplicidad de variables narrativas, aunque de índole concreta.

Las competencias presupuestas para entender que una publicidad es publicidad son también de dominio generalizado, respecto a identificar al producto y saber que se le atribuye un valor publicitario, pero cada manifestación concreta de ella es más problemático de definir en la exacta medida que ella ocupa todos los sistemas y formatos descritos, según sea el segmento al que está dirigida.

Esto es, hablar de los códigos es hablar de las materialidades a través de las cuales se transmite la información, y ello implica detectar la forma concreta con que dichos sistemas significantes se interrelacionan, y esto no es sólo un juego formal analítico, ni sólo una descripción de cómo opera la cultura de la imagen audiovisual contemporánea, sino que presupone competencias o saberes perceptivos e intelectivos de parte de los lectores para poder entenderlos.

Así una publicidad política debe tener en cuenta, y lo mismo una reflexión sobre el espacio de la videoanimación hasta el momento, dos cosas: una, que todos los mensajes concretos expresan información a través de una multiplicidad de códigos; y otra, que cada uno de los formatos posibles de utilizar tienen presupuestos de lectura diferentes.

-4. Otra conclusión que se deduce de este capítulo es que "los mismos códigos que operan en un sistema de representación, pueden operar en otro con otro sentido (o con uno similar) en la medida que se insertan en una estructuración específica propia de cada sistema". Esto es claro para toda la cultura audiovisual contemporánea, así, aún cuando el tratamiento de lo cromático sea muy diferente en el cine que en la televisión, que en la foto o en la gráfica, siempre nos encontramos con un campo perceptivo similar.

Luego, no encontramos con una paradoja analítica: por una parte cada código no existe sólo sino que adquiere su sentido en la estructuración que lo origina, y por otra, cada código puede virtualmente expresarse en otro sistema. Paradoja que podemos entender en su funcionamiento perceptivo concreto si tomamos como referencia lo que sabemos acerca de como se interpreta un texto.

Retomando nuestro capítulo tres, y siguiendo a Moles, sabemos que el lector contemporáneo está expuesto perceptivamente a una sobredosis de significantes que le vehiculizan información. Información que no le es factible aprehender en globalidad porque la memoria semántica y pulsional no es capaz de procesarlo todo. Esto implicará que sólo se perciban "collage de imágenes" constituidas por la exposición a todos los medios y a todos los sistemas de representación: nadie ve un spot aislado y se pregunta qué significa, sino que más bien atesoramos todas las

imágenes que nos llaman la atención de una multiplicidad de medios. La percepción, entonces, pasa por un proceso de disociación del contenido y pulsionalidad concreta que virtualmente expresaría cada texto cultural. Disociación que coherenciamos, que organizamos en "una macroproposición globalizadora", leída a partir de nuestros propios mundos posibles. Luego, nunca interpreto una foto en sí, un spot en sí, sino que cada texto de la campaña lo inserto en "una vía interpretativa producto de mi exposición a todos los mensajes de la campaña".

Y esto tiene una importancia práctica en el análisis de la videoanimación: no puedo analizar una sola pieza construida y preguntarme su pertinencia, sino que debo integrar en el análisis, la coherencia global expresados en todos los sistemas de representación que en dicha manifestación se utilizan.

-5. La paradoja analítica precedente es aún más compleja: los códigos sólo se manifiestan en interconexiones códigas, presuponiendo competencias de lectura específicas y distintivas (el formato del telediario es diferente al del afiche o al del spot publicitario, por ejemplo), en la medida que dichas interconexiones configuran un sistema de representación; pero, por otra parte, el lector puede insertar la vehiculización de información de un código en otro, es decir, puede insertar un código de un sistema en otro y leerlo a partir de otro sistema de representación.

Esto significa que todo análisis de la videoanimación debe hacer un diagnóstico del consumo de medios del electorado- lector; dicho diagnóstico permitirá saber cuales son los ejes de referencia que él está teniendo respecto a su orientación. Y debe ser, entonces, dicho eje de referencia principal, el que se deberá privilegiar desde el punto de vista de analizar las competencias que presupone la utilización de tal o cual formato o sistema de representación específico, y es con respecto a ese eje que deberá desarrollarse la coherencia de transmisión códiga en otros formatos, que virtualmente pueden incluir alguno de los códigos del centro de referencia principal; o de los centros de referencia principales, por qué no tiene por qué ser uno sólo.

## BIBLIOGRAFÍA JAPOANIMACIÓN

- ANNENBERG PUBLIC POLICY CENTER, (1996- 1997), "*Newspaper coverage of children's television 1996- 1997*", Pennsylvania, Ed.. University of Pennsylvania.
- X ANNENBERG PUBLIC POLICY CENTER (1996), "*The state of children's TV: an examination of quantity, quality, and industry beliefs*", Pennsylvania, Ed.. University of Pennsylvania
- X AUMONT, J. (1990) "*L'image*", Paris, Ed. Nathan. (1992) Trad. Cast. "*La imagen*", Barcelona, Ed. Paidós.. (1997), *El ojo interminable*, Ed. Paidós, Barcelona.
- X AUMONT, J.;MARIE, M. (1988) "*L'analyse des films*", Paris, Ed. Nathan. (1990) Trad. Cast. "*Análisis del Film*", Barcelona, Ed. Paidós.
- X AUMONT, MARIE, VERNET, BERGALA, A. (1985) "*Esthetique du film*", Paris, Ed. Nathan. (1987), Trad. Cast., "*Estética del Cine*", Barcelona, Ed. Paidós.
- X BARBIERI, D. (1993), "*Los lenguajes del comic*", Barcelona, E. Paidós.
- X BALINT, M.;ORNSTEIN, P, H.;BALINT, E. , (1996), "*Psicoterapia Focal*", Barcelona, Ed. Gedisa
- X BRUNER, J. (1996), "*Realidad mental y mundos posibles*", Barcelona, Ed. Gedisa.
- X BRÉE, J. (1995), "*Los niños, el consumo y el marketing*", Barcelona, Ed. Paidós.

- X CALABRESE, O., (1994), *La era neobarroca*, Madrid, Ediciones Cátedra.
- X CASSETTI, F.; Di CHIO; (1990), *"Análisis del film"*, Milán, Ed. Bompiani. (1991), Trad. Cast. *"Como analizar un film"*, Barcelona, Ed. Paidós. (1998), *"Análisis della Televisione"*, Milano, Ed. Bompiani.
- X CONSEJO NACIONAL DE TELEVISIÓN, (1996), Encuesta Nacional de Televisión. (1997), División de estudios, *"Consumo televisivo infantil, el Caso del Cable, Un estudio de observación Participante"*, Santiago, Chile. (1999), *"La Televisión y los niños en Chile: percepciones desde la audiencia infantil"*, Santiago, Ed. Consejo Nacional de Televisión.
- X CORTÉS, E., (1998), "El Gran Circo Teatro: una nueva forma de expresión", en *Revista Chilena de Semiótica No 3, 1998*, Internet, Ediciones Departamento de Ciencias y Técnicas de la Comunicación, Universidad de Chile, y Asociación Chilena de Semiótica (<http://rehue.csociales.uchile.cl/rehuehome/facultad/publicaciones/semiotica/semiotica3/index.html> )
- X CHION, M. (1982), *"La voix au cinemá"*, Paris, Ed. de l'étoile. (1985), *"Le son au cinemá"*, Paris, Ed. de l'étoile. (1985), *"Ecrire un scénario"*, Paris, Ina-Cahiers du Cinemá. (1990), *"L'audiovision"*, Paris, Ed. Nathan. (1998), *"Le son"*, Paris, Ed. Nathan.
- X CLIFFORD, B, NEUMAN, S. (1995), *"Television and children"*, New Jwersy, Lawrence Erlbaum associates publishers.
- X DAYAN, D. (1997), *"En busca del público"*, Barcelona, Ed. Paidós.
- DEL VILLAR, R. (1984), "La narratividad del cine contemporáneo y su transgresión de la narratividad clásica", en *Actas III Seminario de Estudios Literarios*, Temuco, Ed. Universidad de La Frontera. (1989) "Un outil sémiotique pour l'évaluation d'un vidéo éducatif dans leur procès de gestation-production" en *"Educational Development No 2"*. Seúl. Korea, Ed. Korean Educational Development Institute. (1992), "Una herramienta analítica audiovisual aplicada a la transmisión de la identidad latinoamericana" en Libro *"En torno a la identidad latinoamericana"* México, Ed. Felafacs. (1992), "La pragmatique d'un modèle sémiotique construit pour l'évaluation des vidéo-clip dans leur procès de gestation- production" en Libro *"L'homme et ses signes"* Tomo II/ editado por Deledalle, G. Berlin, New York. Amsterdam. Ed. Mouton de Gruyter. (1996), *"Persuasión Política y Semiótica"*, libro en proceso de publicación; (1996), "Proyecto de video institucional Finzatel", en colaboración con Carol Parker y Leslie O'Ryan, en *"Revista Chilena de Semiótica" No 1, Octubre 1996*, Internet (<http://rehue.csociales.uchile.cl/semio-0.htm>), Ediciones Departamento de Ciencias y Técnicas de la Comunicación, Universidad de Chile, y Asociación Chilena de Semiótica. (1997), "Trayectos comparativos en semiótica literaria: la complementariedad de Lévi- Strauss, Petitot-Cocorda, y Kristeva en la inteligibilización del universo semántico y pulsional", en *Revista Chilena de Semiótica No 2, Marzo 1997*, Internet, Ediciones Departamento de Ciencias y Técnicas de la Comunicación, Universidad de Chile, y Asociación Chilena de semiótica (<http://rehue.csociales.uchile.cl/rehuehome/facultad/publicaciones/semiotica/semiotica2/index.html> ). (1997), *"Trayectos en Semiótica Fílmica/ Televisiva"*, Santiago, Ediciones Dolmen. (1999), "Nueva cultura audiovisual y protocolos interpretativos", en libro *"La pantalla delirante"* editado por Carlos ossa, Santiago, Ed, LOM. (1999), "Lecturas de la japoanimación", en *Revista Chilena de Semiótica No 4*, Ed. Internet: <http://rehue.csociales.uchile.cl>, (clic Biblioteca virtual, clic Revista Chilena de semiótica), Facultad de Ciencias Sociales, Universidad de Chile. (2000), "Videoculturas de fin de siglo: japoanimación, globalización y resemantización local", en *Revue Signa*,

Actas IV Congreso Federación Latinoamericana de Semiótica, Madrid. (2000), "Protocolos empíricos de lectura de la japoanimación", en *"Sign processes in complex systems (Proceedings of the 7<sup>th</sup> International congress of the IASS,* edttado por Walter Schmitz, CD Room, Dresden, Ed. Univeridad Técnica de Dresden.

- X DIRECCION DE ESTUDIOS SOCIOLOGICOS, Universidad Católica de Chile, (1996), "Hábitos y usos en la televisión chilena". (1996), "La televisión en Chile"
- X DELEUZE, GUATTARI; (1972), *"L'Anti-Oedipe"*, Paris, Ed. de Minuit. (1980), *"Mille Plateaux"*, Paris, Ed. de Minuit.
- X DESPINS, J.P., (1996), *"La música y el cerebro"*, Barcelona, Ed. Gedisa.
- X DOLTO F. (1998), *"Seminario de psicoanálisis de niños"*, México, Ed. Siglo XXI
- X ECO, U. (1968), *"La struttura assente"*, Bompiani. (1974), Trad. Cast. *"La estrucura ausente"*, Barcelona, Ed. Lumen. (1974), "El público perjudica a la televisión?", (1979), Trad. Casten Moragas, M.de, Editor, *Sociología de la Comunicación de Masas*, Barcelona, Ed. Gustavo Gili. (1979), *"Lector in fabula"*, Bompiani. (1981), Trad. Cast. *"Lector in fabula"*, Barcelona, Ed. Lumen. (1990) *"I limiti dell'interpretazione"*, Fabbri- Bompiani, (1992) Trad. Cast. *"Los límites de la interpretación"*, Barcelona, Ed. Lumen. (1992) *"Interpretation and overinterpretation"*, Cambridge, Cambridge University Press. (1995), Trad. Cast. *"Interpretación y sobreinterpretación"*, Cambridge, Cambridge University Press.
- X FAJNZILVER, V. (1999), "El lenguaje de la videoanimación", *Revista Chilena de Semiótica No 4*, Ed. Internet: <http://rehue.csociales.uchile.cl>, (clic Biblioteca virtual, clic Revista Chilena de semiótica), Facultad de Ciencias Sociales, Universidad de Chile. (2000), "Japoanimación y animación norteamericana: bases para el estudio de las microculturas de la animación", en *Revue Signa, Actas IV Congreso Federación Latinoamericana de Semiótica*, Madrid.
- X FERRES, J. (1996), *"Television y Educación"*, Barcelona, Ed. Paidós.
- X FLORENZANO, R.; MOLINA, J. (Editores), (1999), *"Televisión y niños"*, Santiago, Ed. Televisión Nacional de Chile- Corporación de Promoción Universitaria.
- X FURNISS, M. (1998), *"Arts in motion, animation aesthetics"*, Sidney, Ed. John Libbey & Company Limited.
- X GLEICK, J. (1991), *"La théorie du chaos"*, Paris, Ed. Flammarion.
- X GREIMAS, A.J. (1966), *"Sémantique structurale"*, Paris, Ed. Larousse. (1970), *"Du sens"*, Paris, Ed. Du Seuil.
- X GREIMAS, A.J., COURTÉS J. (1979), *"Sémiotique. Dictionnaire raisonné de la théorie du langage"*, Paris, Ed. Hachette Université.
- X GREIMAS, A.J., FONTANILLE J. (1994), *"Semiótica de las pasiones"*, México, Ed. Siglo XXI.
- X GUATTARI, F. (1975), "Semiologías significantes y semiologías asignificantes", en *"Psicoanálisis y Semiótica"*. Editado por Verdiglione, Deleuze y otros, Barcelona, Ed. Gedisa. (1996), *"Caosmosis"*, Buenos aires, Ed. Manantial.
- X GUNTER, B. ; Mc ALEER, J. (1997), *"Children y television"*, London, Ed. Routledge.
- X HAUVA, L. (1999- 2000), □Descripción semiótica de la forma de funcionamiento audiovisual de Los Simpson, desde el punto de vista simbólico y pulsiona□□, en *Revista Chilena de Semiótica No 4*, Ed. Internet: <http://rehue.csociales.uchile.cl>, (clic Biblioteca virtual, clic Revista Chilena de semiótica), Facultad de Ciencias Sociales, Universidad

de Chile.

- X HEISENBERG, EINSTEIN, PLANCK, SCHÖDINGER, EDDINGTON, (1994), "*Cuestiones cuánticas*", Barcelona, Ed. Kairós
- X INA (1996), "L'animation dans tous ses états", en "*Dossier de l'audiovisuel No 69*".
- X JORDAN, A. (Ed.), (1996), "*The state of children's television: un examination of quantity, quality and industry beliefs*", Pennsylvania, Ed. University of Pennsylvania.
- X JOST F. (1997) "La télévision aux frontières du réel", en *Revue Esprit*, Decembre 1997. (1997), "Présentation", en *Revue Réseaux No 81*, Fevrier 1997. (1999), "*Introduction á l'analyse de la télévision*", Paris, Ed. Ellipses Edition Marketing S.A. (2000), "*Le contrat de communication une illusion fin de siècle?*", en *Revue Signa, Actas IV Congreso Federación Latinoamericana de Semiótica*, Madrid.
- X JOST, F.; BOURDON, J. (1998), "*Penser la télévision*", Paris, Ed. Nathan.
- X KRISTEVA, J. (1974), "*La révolution du langage poétique*", Paris, Ed. Du Seuil. (1975), "*La traversée des signes*". Paris, Ed. Du Seuil. (1977), "*Polylogue*", Paris, Ed. Du Seuil. (1979), "*Folle vérité*", Paris, Ed. Du Seuil. (1980), "*Pouvoirs de l'horreur*", Paris, Ed. Du Seuil. (1983), "*Histoires d'amour*", Paris, Ed. Denoël. (1996), "*Sens et non-sens de la révolte*", Paris, Ed. Fayard. (1997), "*La révolte intime*", Paris, Ed. Fayard. (1998), "*Contre la dépression nationale*", Paris, Ed. Textuel.
- X KRIPPENDORFF, K. (1990), "*Metodología de análisis de contenido*" Barcelona, Ediciones Paidós
- X LACAN, J., (1938), "*La famille*", Paris, Encyclopédie Française, Ed. A de Monzie. (1982), Trad. Cast., "*La Familia*", Barcelona, Ed. Argonauta. (1966) "*Ecrits*", Paris, Ed. du Seuil. (1973), "*Les quatre concepts fondamentaux de la psychanalyse*". Paris, Ed. du Seuil. (1981), "*Les psychoses*", Paris, Ed. du Seuil. (1993), Trad. Cast. "*Las psicosis*", Buenos Aires, Ed. Paidós.
- LABRÍN, LETELIER, POBLETE, LECHUGA. (1999-2000), □Semiótica de la Japoanimación□, en *Revista Chilena de Semiótica No 4*, Ed. Internet: <http://rehue.csociales.uchile.cl>, (clic Biblioteca virtual, clic Revista Chilena de semiótica), Facultad de Ciencias Sociales, Universidad de Chile.
- X LAPLANCHE, LECLAIRE. (1966), "L'inconscient, une étude psychanalytique" en "*L'inconscient*" (VIe Coll. de Bonneval), Desclée De Brouwer.
- X LECLAIRE, (1967), "A propos d'un fantasme de Freund: note sur la transgression", *Revue L'Inconscient*, Paris, Ed. Puf.
- X LEMAIRE, A. (1977), "*Jacques Lacan*", Bruxelles, Ed. Pierre Mardaga.
- X LE MÉHAUTÉ, A. (1990), "*Les géométries fractales*", Paris, Ed. Hermes.
- X LÉVI, A. (1996), "*Samurai from outer space, understanding japanese animation*", Illinois, Ed. Open Court Publishing Company.
- X LÉVI-STRAUSS, C. (1962), "*La pensée sauvage*", Paris, Ed. Plon. (1958), "*Anthropologie Structurale*", Paris, Ed. Plon. (1968), Trad. Cast. "*Antropología Estructural*", Buenos Aires, Ed. Eudeba. (1968), "*Mitológicas: Lo crudo y lo cocido*", México, Ed. Fondo de Cultura Económica. (1973), "*Athropologie Structurale Deux*", Paris, Ed. Plon. (1979), "*La voie des masques*", Paris, Ed. Plon.
- X LÉVI-STRAUSS, C.; ERIBON. (1988), "*De prés et de loin*", Paris, Ed. Odile Jacob.
- X LIZCANO, E., (1993), "*Imaginario colectivo y creación matemática*", Barcelona, Ed. Gedisa.
- X LYOTARD, J.F. (1974), "*Discours, Figure*", Paris, Ed. Klincksieck. (1979),

- Trad. Cast." *Discurso, Figura*", Barcelona. Ed. Gustavo Gili. (1984),  
*"The postmodern condition: a report on knowledge"*, Manchester, Manchester  
 University Press. (1994), *"La posmodernidad (explicada a los niños)"*,  
 Barcelona, Ediciones Gedisa.
- X MAGARIÑOS DE MORENTIN, J. A. (1996), *"Los fundamentos lógicos de la  
 semiótica y su práctica"*, Buenos Aires, Ed. Edicial.
- X MANDELBROT, B. (1975), *"Les objets fractals"*, Paris, Ed. Flammarion.  
 (1997), *"Fractales, hasard et finance"*, Paris, Ed. Flammarion.
- X MARCUS, S. (1967), *"Introduction mathématique à la linguistique  
 structurale"*, Paris, Ed. Dunod.
- X MASOTA, O. (1977), *"Lecciones de Introducción al Psicoanálisis"*, Barcelona,  
 Ed. Gedisa.
- X MATURANA, H. (1991), *"El sentido de lo humano"*, Santiago, Ed. Hachette.
- X MEDEL, I. (1999- 2000), *"Japoanimación: una travesía semiológica de la  
 película Sailor Moon"*, en *Revista Chilena de Semiótica No 4*, Ed. Internet:  
<http://rehue.csociales.uchile.cl>, (clic Biblioteca virtual, clic Revista  
 Chilena de semiótica), Facultad de Ciencias Sociales, Universidad de Chile.
- X METZ, CH. (1968), *"Essais sur la signification au cinéma"*, Paris, Ed.  
 Klicksieck. (1973), *"Essais sur la signification au cinéma II"*, Paris,  
 Ed. Klicksieck. (1977, a), *"Essais sémiotiques"*, Paris, Ed. Klicksieck.  
 (1977, b), *"Le signifiant imaginaire"*, Paris, Ed. 10/18. (1991),  
*"L'énonciation impersonale ou le site du film"*, Paris, Ed. Méridien-  
 Klicksieck.
- X MITCHELL, J. (1975), *"Psychanalyse et féminisme"*, Tomo I y II, Paris, Ed. Des  
 Femmes.
- X MOREIRA, H. (1994), *"Cuerpo de mujer"*, Montevideo, Ed. Trilce.
- X MORLEY, D. (1996), *"Televisión, audiencias y estudios culturales"*, Buenos  
 Aires, Ed. Amorrortu.
- X NÖTH, W. (1996), *"A semiótica no século XX"*, Sao Paulo, Ed. Annablume.
- X OTERO, E. (1998), *"Teoría de la comunicación"*, Santiago, Ed. Universitaria.
- X PAKMAN, M. (Compilador), (1997), *"Construcciones de la experiencia humana"*,  
 Volúmen I y II, Barcelona, Ed. Gedisa.
- X PETITOT-COCORDA; (1979), *"Sur ce qui revient á la psychose"*, en *"Folle  
 verité"*, edit. por Julia Kristeva, Paris, Ed. du Seuil.  
 (1985), *"Morphogenèse du Sens"*, Paris, Ed. Puf. (1996), *"Les modèles  
 morphodynamiques en perception visuelle"*, en *"Revue Visio" Volume I,  
 numero 1*, Québec, Ed. Université Laval.
- X PETITOT-COCORDA, LEVI-STRAUSS, y otros. (1986), *"La identidad"*, Madrid, Ed.  
 Gedisa.
- X PIAGET, J., GARCÍA, R. (1989), *"Hacia una lógica de significaciones"*,  
 Barcelona, Ed. Gedisa.
- X POSNER, R. (1993), *"Believing, causing, intending: the basis for a  
 hierarchy of sign concepts in the reconstruction of communication"*, en  
*"Signs, search, and communication: semiotic aspects of artificial  
 intelligence"*, Berlin- New York, Ed. Walter de Gruyter.
- X PRIGOGINE, I. ; NICOLIS, G. (1994), *"La estructura de lo complejo"*, Madrid,  
 Editorial Alianza., (1997), *Las leyes del caos*, Ed. Grijalbo, Barcelona.
- X QUÉAU, P. (1995), *"Lo virtual"*, Barcelona, Ed. Paidós.
- X REICH, W. (1970), *"La fonction de l'orgasme"*, Paris, Ed. L'Arche.
- X ROMERA, J.; GUTIÉRREZ, Y GARCÍA- PAGE, M.; (1997), Editores *"Literatura y  
 multimedia"*, Madrid, Ed. Visor libros.
- X ROMO, L. (1999- 2000), *"Lectura de la Japoanimación a través del dibujo  
 infantil: el caso Pokémon"*, en *Revista Chilena de Semiótica No 4*, Ed.  
 Internet: <http://rehue.csociales.uchile.cl>, (clic Biblioteca virtual, clic



Revista Chilena de semiótica), Facultad de Ciencias Sociales, Universidad de Chile.

- X SAPOVAL, B., (1997), *"Universalités et fractales"*, Paris, Ed. Flammarion.
- X SILVERSTONE, R. (1996), *"Television y vida cotidiana"*, Buenos Aires, Ed. Amorrortu.
- X TAYLOR, S.J.; BOGDAN, R. (1996), *"Introducción a los métodos cualitativos de investigación"*, Barcelona, Editorial Paidós.
- X THOM, R. (1987), *"Estabilidad estructural y morfogénesis"*, Barcelona, Editorial Gedisa. (1990), *"Esbozo de una semiología"*, Barcelona, Editorial Gedisa. (1987), *"Prédire n'est pas expliquer"*, Paris, Ed. Flammarion. (1995), *"Paraboles et catastrophes"*, Paris, Ed. Flammarion.
- X TURKLE, S. (1997), *"Life on the screen, identity in the age of internet"*, New York, Ed. Touchstone.
- X VARELA, F. (1989), *"Autonomie et connaissance"*, Paris, Ed. du Seuil. (1996), *"Conocer"*, Barcelona, Ediciones Gedisa
- X VARELA, F.; THOMPSON, E.; ROSCH, E. (1992), *"De cuerpo presente"*, Barcelona, Ed. Gedisa.
- X VV. AA. (1996), *"Videoculturas de fin de siglo"*, Madrid, Ed. Cátedra.
- X WEYL, H. (1996), *"Symétrie et mathématique moderne"*, Paris, Ed. Flammarion.