

Hacia una teoría del lenguaje televisual: Modelo comunicativo y dimensiones

Roberto Aguirre Fernández de Lara

1. DESCRIPCIÓN Y JUSTIFICACIÓN

Como fenómeno, la televisión es ante todo perteneciente a una etapa histórica de la transmisión cultural de las sociedades humanas en la cual la economía constituye el organizador de cualquier otra consideración sobre la misma, así lo ha sugerido Thompson (1998). En tal sentido, el negocio de la televisión ha rebasado la etapa de la comunicación de masas; pero la economía sigue siendo su eje de organización.

En ese concurso, los sujetos han adquirido nuevas dimensiones como audiencias múltiples de los medios y tecnologías de información y los procesos específicos de ver televisión tiene otras configuraciones. En el marco de la proliferación y convergencia de lo audiovisual, desde el soporte de lo electrónico y lo digital, el interés por el lenguaje y la discursividad puede alcanzar nuevas dimensiones y ser una perspectiva de definición de la televisión. Nuestras preocupaciones, comprensiones científicas y disciplinarias, organización social, académica y del negocio han hecho marginal un acercamiento global al fenómeno a partir de la representación audiovisual en su conjunto como de las expresiones y códigos específicos.

Existen abordajes al lenguaje y la discursividad televisual desde comprensiones de la representación que caracterizan el sistema de recursos del lenguaje a partir de un observador ideal o que buscan una pragmática, una estética o una semiología de lo televisual como proyección de desarrollos teóricos en el estudio filosófico o científico de la percepción (Merleau-Ponty, Piaget, Bateson, Watzlawick, Freud), la semiología (Eco, Morris, Greimas, Lotman), la literatura (Propp, Kristeva, Bajtin, Genette), el lenguaje articulado (Hjemslev, Benveniste, Jakobson) y el poder a partir de lo simbólico (Bourdieu, Foucault, Sartori), sin interés por un sistema de lexicalización y gramaticalización específicos de lo audiovisual, o incluso rechazando tal posibilidad. En un plano aparte se encuentra el trabajo de Van Leeuwen.

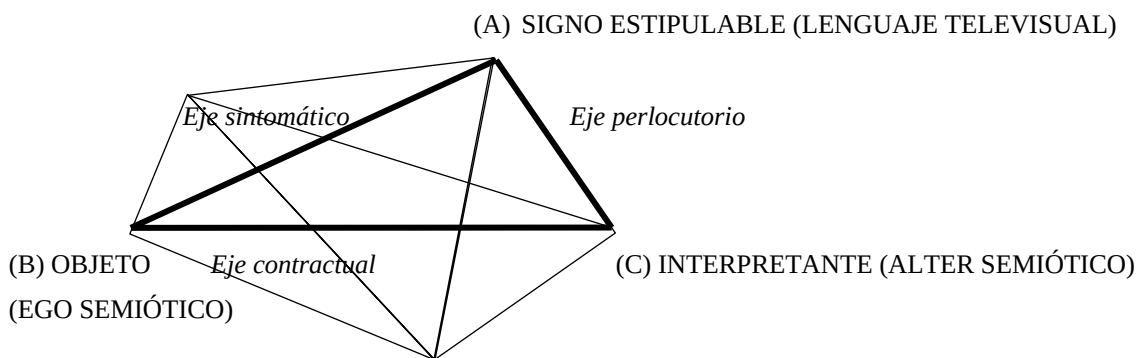
2. PLANTEAMIENTO LÓGICO-SEMIÓTICO GENERAL

La propuesta elaborada se desarrolla desde una semiótica triádica que ve a la semiosis como un conjunto de relaciones organizadas en tres vértices. A nivel de dimensiones,

esta visión triádica distingue una dimensión estética de la comunicación y otra dimensión lingüística.

Si partimos de la propuesta de Martín Serrano (1977), el elemento por el denominado medium es identificado por nosotros como el signo estipulable. Nuestra descripción del isomorfismo posible en el Lenguaje televisual –apoyada en el triángulo semiótico señalado por Deely (1996: 233)- ubica el eje contractual que explica la noción de ícono, primeridad, en la descripción de la referencia. Esta descripción del isomorfismo se sigue al eje sintomático y al perlocutorio- en la relación indicial de la segundidad. Así, el isomorfismo simbólico (hablando de terceridad) es para la imagen visual como para la imagen sonora porque lo icónico es un tipo de relación en el signo.

El paso del análisis de la mediación a la comunicación, procedimiento propuesto por Serrano, lo llevamos a cabo filtrando el sistema de constricciones que se expresan en el plano proposicional por el plano de la comunicación puesto que –a nuestro juicio- es la semiótica, en su estudio doctrinal de la semiosis como dentro del discurso, quien aporta los modelos de operación lógica.



Fuente: Elaboración propia a partir de Johansen, en (Deely, 1996:215)

2.1. Dimensión comunicativo-estética

Al momento, el proyecto ha descrito dimensiones del fenómeno televisivo desde categorías ubicadas en razón del concepto de comunicación y el objeto televisual.

Se ha propuesto una hipótesis de partida sobre la información y la comunicación desde presupuestos epistemológicos y comunicológicos pertinentes a una visión constructiva y en diálogo con la teoría literaria, el estudio de la percepción y la estética en la tradición filosófica occidental.

Se ha desarrollado una base de datos con descriptores bibliográficos; discursivos; cognitivos (epistemológico, disciplinario), y objetuales.

Entonces, esta dimensión estética es relativa a un punto de vista que opera desde las dimensiones de la expresión-difusión en la Comunicología, a través de una noción denominada contrato paracomunicacional, un modelo que le expresa y una descripción del fenómeno televisivo en distintas dimensiones en razón de su relación con el denominado objeto televisual.

2.2. Dimensión comunicativo-discursiva

Esta investigación ha buscado patrones de colaboración entre acercamientos formales, cognitivos y funcionalistas al lenguaje, a partir de y rebasando los abordajes estructuralistas a la televisión y lo audiovisual provenientes de la semiología, la lingüística y la teoría literaria en razón de los alcances analíticos, objetos y perspectivas epistemológicas que les construyen.

Esta investigación ha revisado, bajo la orientación lógico-semiótica referida, la hipótesis de que el lenguaje ha ocupado un sitio marginal en la comprensión de la televisión, por la ausencia o poca presencia de estudios que caractericen los patrones de representación lingüístico-cognitiva que emergen de los distintos códigos, sistemáticas y de las condicionantes biológicas y culturales de la sensación y la percepción.

Entonces, esta dimensión relativa a la discursividad y al lenguaje opera desde las dimensiones de la interacción y estructuración en la Comunicología, ha abarcado las nociones: principio y esquema de secuencia, lenguaje televisual, y texto televisual.

3. DIMENSIÓN COMUNICATIVO-ESTÉTICA

La dimensión estética en esta reflexión nos pide comprender la experiencia sensacional con la que el sujeto se relaciona con el mundo y consigo mismo. Sostenemos (Bautista, 2007) que desde el siglo XX la televisión está haciendo emerger, con un marco más amplio de transformación epocal de prácticas sociales de percepción y representación del cual es protagonista, una simulación concretable en una creencia de la realidad según la cual las relaciones y la configuración del mundo distante espacial y temporalmente al equipamiento sensorial y perceptual del organismo humano alcanza y es el asomo de un perfil y una emergencia en la interacción y en la estructuración social sin precedente en la historia humana por nosotros conocida. Esta emergencia consiste en que la interacción y la estructuración social a distancia alcanza hoy una relevancia

cognitiva y conductual constituyente de una época distinta, ya lo advertía Moles (1981) en alguna medida respecto a la opulencia comunicativa.

Así, comprender la dimensión estética del lenguaje televisual es describir las sensaciones que provoca en la televidencia del sujeto. A esta simulación le llamamos paracomunicación en tanto potencial de comunicación cuya actualización sólo puede quedar determinada en un límite temporal correspondiente a la interacción de Alter y/o Ego con terceros. Es decir, la intención asociada a la heteronomía de sus interacciones involucra lo que ellos realizan respecto a terceros. En todos otros casos es expresión.

La visión estética exige una ontología de la televisión y ubicar la existencia de la televisión. En la televisión, todos los objetos se interrelacionan coherentemente bajo una lógica: la que les confiere el mundo de lo subjetivo y les dimensiona como una unidad. Tal idea de unidad es usada para construir la representación. Esta lógica, aunque traza convenciones y es trazada por éstas, se realiza en el sujeto y su percepción. A tal representación le llamamos televisión y no pertenece en su objetivación plenamente al mundo de lo natural, aunque partes de ella se subsuman a alguna de sus leyes.

En síntesis, podemos definir a la televisión (Bautista, 2007) como la representación de una conformación subjetiva que, en una dualidad hermenéutica/informadora en condiciones de ruptura espaciotemporal, es experimentada como directamente real al manifestarse en los objetos televisuales. Tal representación se objetiva en un lenguaje televisual.

3.1. Contrato paracomunicacional

Hablar de las situaciones que realiza y que organiza el lenguaje televisual exige establecer claramente primero la distinción entre lo que es y lo que no es comunicación. En este trabajo entenderemos por comunicación la emergencia u organización de un contrato o un compromiso de sentido entre participantes de una situación. Entendemos por tal contrato la elaboración y atribución de sentido más o menos compartida a patrones y modos de relación entre los participantes de la situación en sus límites temáticos, temporales y espaciales.

Esta producción y atribución de sentido es relativa a operaciones y a competencias para la percepción, comprensión y retención de significados. Si el destinatario de la comunicación busca el plan que existe por detrás de la comunicación y el plan es actuar-sobre-él, entonces las escenas y horizonte comunicativos se

caracterizan, sí por la discursividad, pero fundamentalmente por la manera en la que a partir de la objetivación que en ella se realiza los participantes de la relación comunicativa revelan el tipo de actuación que sobre el otro pretenden y deciden sus modos de participar en tanto coordinación de la acción.

Llamaremos al anterior contrato comunicacional, entendido como el plan de actuación sobre el otro que los participantes de una situación o escena comunicativa pretenden y organizan en la discursividad. El contrato paracomunicacional es un estado potencial del comunicacional, en el sentido referido anteriormente.

3.2. Modelo comunicativo

Nos ha interesado entender la subjetividad y la intersubjetividad de la audiencia a partir del lenguaje, de su relación con un texto televisual. Esta audiencia es un conjunto de sujetos receptores cuya articulación o caracterización como grupo se trasluce discursivamente; nos orientamos a la televidencia como una actividad que este conjunto de sujetos receptores realiza para producir sentido, a partir de discursos previos y posteriores al encuentro entre los discursos con los que organiza su vida cotidiana frente al discurso de la programación.

Estos participantes convierten su experiencia en sentido e información y en tanto miembros de comunidades de significación. Así, de principio todos son receptores ante la televisión como fenómeno inscrito en un entorno cultural y perceptual. En nuestra perspectiva de análisis, la audiencia es el Ego como sustento del proceso de producción y de la actividad de mediación de la transmisión cultural mediatizada como un fenómeno social amplio que involucra distintos niveles de realización. Partimos de que es posible representar ese conjunto de niveles y procesos en un esquema que sintetiza un fenómeno con diversos participantes y un objeto. En dicho esquema, la principal metáfora mediática es la proyección de la institución televisiva como un alter.

En términos de sentido y mediación hay un antes y un después a la apropiación del objeto de mediación. Esta relación temporal está representada por la ubicación antecedente o consecuente del conjunto de discursos en los que los participantes se representan y representan su relación con el otro.

Por la configuración espacio-temporal y los límites del equipamiento biológico-perceptual humanos, partimos de la idea de que los participantes construyen sentido a partir de un alto grado de autorreferencia que explica la simulación sensorial y la

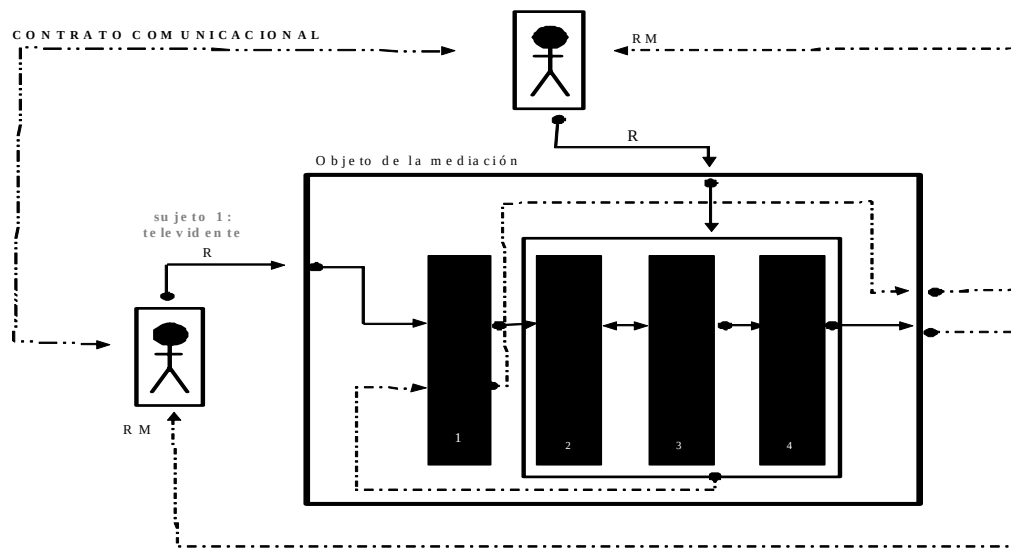
creencia de realidad referidas. Esta autorreferencia, temporalizada, tiene su presente en la situación televisual que se organiza en el encuentro del discurso de la programación y el discurso de la exposición del sujeto receptor al mismo. A partir de las relaciones intertextuales e intratextuales de los anteriores con discursos previos y posteriores se organiza el discurso de la recepción.

En el esquema, los participantes se diferencian en distintos momentos y espacios a partir de su relación con el objeto de mediación: el lenguaje televisual, en tanto instancia de objetivación de la relación intersubjetiva y de los sentidos que elaboran en un lenguaje. La pantalla del aparato televisor es entonces una superficie textual. Los participantes son, en tanto sujetos, el eje de inmanencia de la mediación en la transmisión cultural mediática porque la relación con el objeto tiene su origen y finalidad en la constitución de mundo de los sujetos.

Aunque el cuadro siguiente reduce los participantes a sujeto productor y a sujeto televidente, es importante señalar que éstas son las dos perspectivas de relación básicas con el objeto de la mediación, es decir, relaciones de la subjetividad ante el mundo distinguidas por relaciones y procesos sensoriales, perceptuales y cognitivos de subjetivación y de objetivación respecto al objeto de mediación.

La variedad de participantes queda subsumida a estas dos perspectivas y representa en los discursos los puntos de vista compatibles e incompatibles –en tanto extremos lógicos de relación- que se organizan alrededor del discurso de la recepción como presente de la situación televisiva, como presente del observador.

Estas dos perspectivas son también relativas a competencias y mecanismos cognitivos, sociales y culturales para la emergencia de la realidad. La distinción entre realidad y realidad mediada en el cuadro siguiente es relativa a la distinción entre escritura y lectura, respectivamente, y enfatiza que la lectura que los participantes hacen sobre el yo del otro participante sucede a partir de analizar lo que ese otro hace con el lenguaje televisual; mientras, la escritura es una actividad sobre dicho lenguaje. Ver cuadro siguiente.



Tomado de Bautista, Noé, 2007.

1. Subsistemas léxico-gramaticales
2. Sdo. referencial
3. Sdo. interpersonal
4. Sdo. textual

3.3. Dimensiones del fenómeno televisivo

Nuestro trabajo ha buscado distinguir al fenómeno televisivo como un evento que abarca aspectos de las relaciones sociales y los objetos por ellas creados, siempre y cuando remitan a la televisión como objeto cultural en torno al cual se configuren dichas relaciones. La dificultad se presenta, desde la mediación a cargo de todo recurso de transmisión cultural, en distinguir la fuerza y los ámbitos de las determinaciones. Una distinción clásica (Ong, 1982; Innis, 1920) remite a la existencia de determinadores de primera instancia y otros de última instancia en la emergencia de las mediaciones. Una muestra de los distintos ámbitos involucrados son las diversas áreas de conocimiento que han concursado en la comprensión de la televisión, sin que siempre hablemos de una preocupación comunicológica.

En nuestro trabajo, la comprensión de la comunicación parte de una perspectiva semiótica que pone al lenguaje televisual como centro de una averiguación comunicológica sobre la televisión y en tal forma organiza cualquier otro tipo de análisis del fenómeno a partir de reconocer dimensiones del mismo.

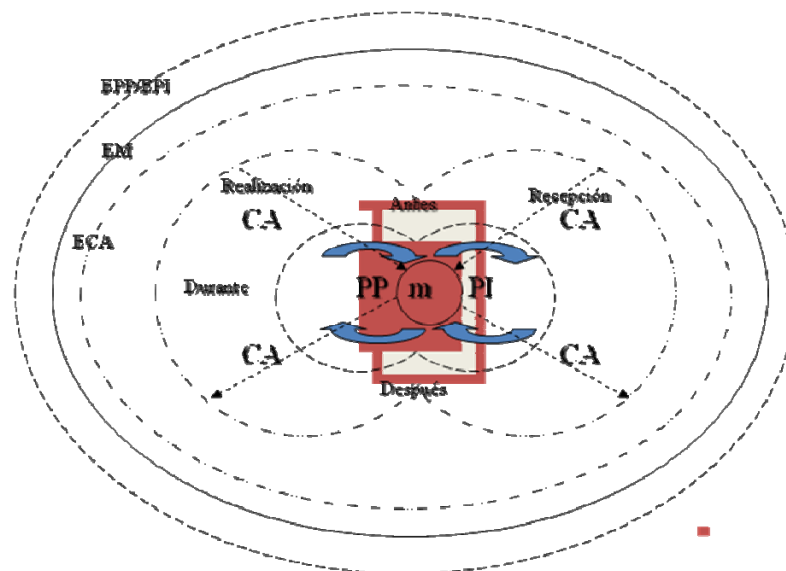
Por estas dimensiones se entienden conjuntos de relaciones sociales y objetos de las mismas emergentes en la medida en que se inscriben en el objeto televisual, es decir, en el lenguaje televisual como índice de la televisión como objeto. Mientras más cercanas son espacio-temporalmente al presente de la situación televisual, mayor

capacidad tienen estas dimensiones de participar en el sentido que surge y sobre el cual hay un potencial temporalizado de coordinación de la acción entre alter y ego.

Nuestro trabajo ha reconocido así cuatro categorías generales dentro de las cuales se pueden hacer diferenciaciones operativas más específicas. Estas dimensiones, además, son una cartografía para organizar la relevancia comunicológica de los distintos estudios sobre televisión, observar la investigación en televisión desde un eje que es el objeto televisual y han servido como descriptores en la base de datos desarrollada por el proyecto acerca de publicaciones sobre televisión.

Tan sólo las mencionaré brevemente: Recepción (audiencias, efectos, consumo); realización (pre-realización, pre-producción, producción, post-producción, post-realización); objeto televisual (televisor, lenguaje televisual [género, formato, contenido]); ecología (legislación, ética, economía).

En su conjunto, el esquema siguiente representa el modelo comunicativo del proyecto respecto a la interacción posible a partir de la transmisión cultural a cargo de la televisión. Los elementos del esquema son en mucho producto y productor de la interacción fuera de las relaciones a distancia.



Fuente: Elaboración propia. Aguirre, 2006.

El cuadro anterior, como se verá, aprovecha en parte la nomenclatura clásica de mensaje (M) en tanto pretende mantener la consideración del objeto televisual en instancias específicas y no hacer de lado la teoría de la información, sujeta siempre a la terceridad semiótica si queremos hacer una teoría de la comunicación, sino más bien

tomarla como un momento primario del acto comunicativo. Participante productor (PP) y participante intérprete (PI) buscan denominar en nuestro trabajo perspectivas de observación, tareas y competencias a cargo de sujetos como umbrales interpretativos dados cultural y biológicamente.

Con la noción consecuencias en la acción (CA) hemos querido dejar espacio a la temporalidad del acto comunicativo en lo que tiene de organizador de nuevos estados de cosas entre los participantes y sobre todo con terceros, constituyendo así lo más propiamente comunicacional. Esta descripción es válida a las distinciones sociológicas entre el nivel sistémico o el mundo vital de las relaciones sociales y, más aún es aceptable cibernéticamente hablando.

Sobre la diferencia entre los procesos cognitivos-expresivos de subjetivación como de objetivación hemos partido del supuesto de que las relaciones que configuran las señales y la supervisión del estado de la cibernésis de un sistema parten del equipamiento con el que para ello participan los especímenes participantes. Así, en términos de percepción, los sujetos en tanto miembros de la especie humana desarrollan, genéricamente, información y sentido, en relaciones de incorporación subjetiva de lo existente en el entorno y de proyección objetiva de lo existente en el mismo.

Las nomenclaturas siguientes: Ecología de la coordinación de la acción (ECA); ecología del mensaje (EM), cuya representación en líneas duras busca insistir en su carácter de objeto como referencial perceptual, y ecología de la realización/ecología de la recepción (EPP/EPI) remiten a la ecología de los elementos nucleares del presente de la situación televisiva. Dados los rasgos de alta autorreferencia y alta improbabilidad de comunicación, la relevancia cibernética de las ecologías opera en un orden inverso al de los participantes nucleares del presente de la situación en tanto los sujetos participan de otras interacciones en organizaciones espacio-temporales diversas.

Se verá que el mensaje es cruzado por líneas punteadas correspondientes a la Realización y a la Recepción, que se organizan también determinadas temporalmente respecto al presente de la situación, es decir, hay un antes, un durante y un después de ambas dimensiones cuyas operaciones se distribuyen temporalmente.

4. DIMENSIÓN COMUNICATIVO DISCURSIVA

En este punto argumentamos a favor de una relación de cooperación entre un abordaje formal, apoyado primordialmente en el trabajo de Hjelmslev y de la tradición

semiológica francesa, y otro cognitivo y funcionalista, representado por algunos análisis -para el ámbito del lenguaje articulado- de Jay Lemke (1995), Lakoff y Johnson (1991), Leonard Talmy (2000), y M.K. Halliday (1985), bajo el supuesto de que la idea de que los patrones estructurales de las formas lingüísticas, en el lenguaje articulado, como representación de la organización conceptual y perceptual de la experiencia que los enunciantes elaboran en el uso del lenguaje es un principio susceptible de orientar la explicación del lenguaje televisual.

Recurrimos a autores que analizan el lenguaje articulado porque esta perspectiva lingüístico-funcional no ha sido tomada antes para los propósitos de este trabajo y no por partir de la hipótesis de que hay un lenguaje televisual sólo si en él se copian las estructuras formales del lenguaje articulado.

Partimos de una hipótesis según la cual se puede esquematizar la representación lingüístico-cognitiva que elabora el lenguaje televisual entendido como un comportamiento organizador de la experiencia como cualquier otro lenguaje cuyo correlato formal es un eje sintagmático y otro paradigmático en su funcionamiento y, también, un subsistema léxico y otro gramatical de recursos para representar.

Al buscar describir la representación como esquematización queremos apuntar a una organización de los recursos léxicos y gramaticales en referencia al punto de vista que el sujeto productor como enunciante organiza para el observador. Así, los sistemas, como colección de elementos léxicos y gramaticales y sus condiciones semiótico sociales de uso, son organizaciones abiertas elaboradas por dicho comportamiento.

4.1. El principio de secuencia en el lenguaje televisual

Por tal nos referimos al principio de sucesividad y solidaridad contrastiva entre dos concepciones, como modo de operar de la mente, sugerido por Molho (1975: 10). Esta condición organizadora de sucesividad es lo que hemos denominado tiempo. Más en detalle, el aquí denominado principio de secuencia organiza la relación tanto entre representaciones elementales como entre conjuntos esquemáticos (planos, montaje de planos, segmentos, programas, programaciones) más complejos. Es decir, este principio de secuencia funciona en distintos niveles de organización de la representación.

Si la secuencia como principio de organización de la representación se caracteriza porque el contraste organiza la anterioridad y la ulterioridad de cada posición, de cada toma, por ejemplo, el juego de las posiciones se organiza desde una

orientación. Entonces, esta orientación se organiza en función de la posición del observador en el discurso de la recepción como presente de la situación televisiva.

La reflexión planteada a partir de Molho busca argumentar a favor de que la representación conceptual se organiza principalmente a través de una secuencia finita de posiciones. A partir de ello, insistiremos que en lenguaje televisual existe una sistemática formada por el conjunto de las tomas televisuales. Así, el lenguaje televisual organiza la representación conceptual a través de una sistemática de posiciones y su relación solidaria con los códigos y sistemáticas que en ella concurren. Estos colaboran con la sistemática de la toma televisiva en función de una representación mensurable o inconmensurable. Esto significa, distante o cercano a la experiencia perceptible.

En la representación, una mirada se instala desde el carácter organizador del comportamiento que es el lenguaje; otra en las organizaciones resultantes del comportamiento organizador. Es decir, en el cambio de niveles de organización del lenguaje. Estos dos movimientos señalados corresponden a la distinción entre relaciones sintagmáticas y relaciones paradigmáticas. Así, nos proponemos describir la arquitectura sintagmática y paradigmática de cada toma televisiva tanto como la arquitectura sintagmática y paradigmática de la relación entre los distintos planos o tomas en distintos niveles de montaje.

4.2. El esquema de secuencia en el lenguaje televisual

En nuestro punto de vista, el enunciante tiene un conjunto de prácticas discursivas, material léxico y gramatical y representaciones cognitivas que valora como probadas y pertinentes para situaciones de interacción específicas. Las posiciones de la secuencia son una condición heteroglósica e intertextual de la interacción y la significación (Lemke, 1995: 9-10) que organiza al Discurso como antecedente potencial del texto.

Entonces, el sujeto productor es un enunciante que tiene en el discurso de la programación un antecedente potencial de organizaciones intertextuales y discursivas relativas a la representación lingüístico-cognitiva de sus interacciones. Desde esta perspectiva, cada programa televisivo es un texto, es un instante en una secuencia de posiciones, es un instante textual, que tiene en otros textos una posición anterior y posterior. El lenguaje como comportamiento se organiza también por el principio de secuencia, siendo cada nivel de significación u organización una posición. Así, el

esquema de secuencia abarca todos los niveles de significación y organización del lenguaje y su carácter semiótico social, es decir, tomas, secciones, programas y géneros.

En este esquema de secuencia, la toma es la unidad semiótica que se organiza de la gramática que aporta el lenguaje sonoro y del léxico que aporta el lenguaje visual en un rango breve de atención temporal y disposición cognitiva. Si bien se puede analizar el lenguaje sonoro por su cuenta y el lenguaje visual por su cuenta, y encontrar funcionamiento léxico y gramatical en material de ambos, este análisis se hace desde una perspectiva interna de la forma y función de dichos códigos que es ajena al interés por comprender las relaciones manifiestas en el principio de secuencia.

En dichos análisis no se analiza propiamente el lenguaje televisual, en tanto no interesa su construcción sino la presencia de otros códigos en él antes mencionado. Para este interés desde el interior de dichos códigos existen aparatos teóricos finamente ya desarrollados en el estudio del lenguaje sonoro de Michel Chion; en el estudio de la comunicación no verbal de Birdwhistle, Schefflen, Goffman y otros; en la lingüística estructural, textual y en gramáticas de uso de la lingüística cognitiva y de la funcional.

Así, la toma como unidad mínima de significado en el lenguaje televisual puede ser entendida considerando tres aspectos: órdenes, representados por los lenguajes sonoro y visual, en ambos casos podemos encontrar subórdenes en la voz humana, los sonidos de los objetos y el ambiente, en la kinésica, en la proxémica y en la escritura; funcionamientos de las unidades de significado de los órdenes y subórdenes anteriores, a saber existen dos opciones: funcionamiento léxico y el gramatical; y niveles cognitivos de operación, a saber, fondo y figura.

La construcción discursiva de un texto televisual refiere, a nivel microestructural al menos, a las relaciones de cohesión y coherencia en la ubicación de los componentes de la toma televisual en estos tres órdenes. Este principio de cohesión y coherencia ha de aplicarse a cada piso que resulta de la escala del principio de secuencia en una tendencia micro a macro a partir de la toma.

4.3. Texto televisual

El propósito de este trabajo es presentar una hipótesis sobre el texto televisual desde dos ejes de funcionamiento y descripción del signo y del lenguaje en la tradición lingüística y semiológica. A saber, las distinciones: sintagma/paradigma y léxico/gramática. Las referencias para el desarrollo de tal noción fueron el trabajo de Michel Chion sobre la

audiovisión, el trabajo de la lingüística funcional de Halliday, las distinciones cognitivo-lingüísticas realizadas por Langacker y los aportes del esquema de secuencia del modelo general sobre la representación televisual, planteadas en el texto originario de esta investigación. (Aguirre y Bautista, 2003)

La representación sintética de la idea de texto televisual es la siguiente:

Texto televisual		
Género		
Formato		
A. Nivel morfosintáctico		
Léxico (Paisaje visual)	Imagen visual/Imagen sonora Imagen televisual	Gramática (Paisaje sonoro)
Estilo fotográfico	Foreground (Ground)	Estilo sonoro
Ritmo. Movimientos de cámara	Visual-Soundmark (Landmark)	Ritmo sonoro
Tomas--Ángulos	Keynote (Figure)	Tomas y ángulos sonoros
B. Nivel semántico-pragmático		
Significado visual/Significado sonoro= Significado televisual		
Transitividad	Foreground (Ground)	Transitividad
Interpersonal	Visual-Soundmark (Landmark)	Interpersonal
Intertextual	Keynote (Figure)	Intertextual

Esta representación es por lo pronto una hipótesis que habrá de ser probada en el análisis de textos televisuales. A partir de la descripción previa del texto televisual pretendemos sistematizar o formalizar una metodología para el análisis de los textos televisuales. Aunque el cuadro anterior ya da las pistas para lo anterior, una metodología en el perfil del análisis de discurso necesita un sistema de etiquetación del texto; por ello, el cuadro anterior es la matriz de trabajo, pues ubica el desarrollo conceptual y de descripción formal del texto televisual aportados por trabajos previos.

5. PROSPECTIVA

5.1. Dimensión comunicativo-estética

Profundizar las nociones de competencia y de situación comunicativa como conceptos de trabajo.

Ubicar patrones de integración interdisciplinaria y un organizador de metodologías para el estudio de las distintas dimensiones del fenómeno a partir del patrón de observación representado por este abordaje.

Elaborar un esquema combinado del fenómeno a partir de la integración de ámbitos de experiencia involucrados con su consecuente esquema de observación.

Verificar la validez de la base de datos que ubique el mayor número posible de trabajos académicos sobre el fenómeno televisual.

5.2. Dimensión comunicativo-discursiva

Profundizar en la descripción de los patrones de la mencionada colaboración entre acercamientos formales y acercamientos cognitivos y funcionalistas. Estos patrones se ubicarán a partir de la biografía, autores, conceptos y temáticas.

Caracterizar el lenguaje televisual en cada nivel de descripción del aquí denominado esquema de secuencia. Habrá entonces que averiguar los patrones de representación lingüístico-cognitiva que emergen de los distintos códigos, sistemáticas y de las condicionantes biológicas y culturales de la sensación y la percepción. Estos patrones tendrán como índices formas y procesos de lexicalización y gramaticalización.

Realizar de manera sistemática el análisis discursivo de distintos textos que nos permita reconocer y caracterizar los distintos géneros y formatos televisuales.

Desarrollar una metodología para la realización televisiva a partir de una experiencia piloto que se organice con esta comprensión del fenómeno de la televisión.

5. BIBLIOGRAFÍA

AGUIRRE, Roberto, et al., (2006) *Hacia una teoría del Lenguaje televisual*. Power Point: Comunicación Fronteriza I. México: UIA.

AGUIRRE, Roberto y Noé I. BAUTISTA, (2003). *El potencial comunicativo de la televisión: Consideraciones iniciales*. Inédito: México.

BARBERO, J. Martín y German REY, (1999). *Los ejercicios del ver*. España: Gedisa.

BAUTISTA, Noé. *Lenguaje televisual: la dimensión estética*. Apunte personal, inédito. 15 de mayo de 2007.

BUENO, Gustavo, (2000). *Televisión: apariencia o verdad*. España: Gedisa.

CHION, Michel, (1999). *El sonido. Música, cine, literatura*. Barcelona: Paidós.

-(2002). *La audiovisión*. Barcelona: Paidós.

DEELY, John, (1996). *Fundamentos de semiótica*. México: Paidós-UIA.

GALINDO, Jesús, et al. (2005). *Cien libros hacia una Comunicología posible*. México: UACM.

- GONZÁLEZ, J., (1994), *El discurso televisivo: espectáculo de la posmodernidad*. Madrid: Cátedra.
- HALLIDAY, M.K. (1996). *El lenguaje como semiótica social*. México: FCE.
- HARTLEY, J., (2000). *Los usos de la televisión*. Barcelona: Paidós.
- HUERTAS, Amparo, (2002). *La audiencia investigada*. España: Gedisa.
- IMBERT, Gerard, (2003), *El zoo visual*. España: Gedisa.
- LAKOFF, George y Mark JOHNSON, (1980). *El cuerpo en la mente*. Madrid: Debate.
- LANGACKER, John, (1987). *Foundations of Cognitive Grammar. Theoretical Prerequisites*. Vol. I, Standford: Stanford University Press.
- LEMKE, Jay, (1995). *Textual Politics*. Londres: Taylor & Francis.
- MARTÍN SERRANO, Manuel., (1977). *La mediación social*. Madrid: Akal editor.
- MOLES, Abraham y Elizabeth ROHMER, (1981). *Teoría estructural de la comunicación y la sociedad*. México: Trillas.
- MOLHO, Mauricio, (1975). *Sistemática del verbo español*. Madrid: Gredos.
- OROZCO, Guillermo. *Audiencias, televisión y educación: Una deconstrucción pedagógica de la “televidencia” y sus mediaciones*. Revista Iberoamericana de Educación, no. 27 (2001), pp. 151-175.
- SCHÜTZ, Alfred, (1993). *La comprensión significativa del mundo social*. Barcelona: Paidós.
- TALMY, Leonard, (2000). *Toward a Cognitive Linguistics*. Cambridge & London: MIT Press:
- THOMPSON, John, (1998). *Ideología y cultura moderna*. México: UAM.
- VAN DIJK, Teun, (1997). *El discurso como estructura y proceso*. España: Gedisa.
- VAN LEEUWEN, Theo y Günter KRESS, (2001). *Multimodal discourse: the modes and media of contemporary communication*. London: Arnold, NY: Oxford University Press.
- VILCHES, Lorenzo, (1993). *La televisión, los efectos del bien y el mal*. Barcelona: Paidós.
- (1997). *La lectura de la imagen. Cine, prensa, televisión*. Barcelona: Paidós.
- ZUNZUNEGUI, Santos, (1989). *Pensar la imagen*. Madrid: Cátedra/Universidad del País Vasco.