

¿Rupturas mediales?

La escritura en la pantalla televisiva*

*Sabine Hoffman***

En este artículo se analizan las formas y funciones que la escritura puede asumir en un medio audiovisual como la televisión. Por “escritura” se entiende aquí exclusivamente al signo gráfico. De ahí que sólo se preste atención a la escritura que aparece en la pantalla. A partir de un corpus de telenoticiarios argentinos se expone cómo se generan, por un lado, nuevos usos de la escritura, vinculados con la audiovisualidad del medio televisivo y, cómo, por otro lado, se mantienen formas de uso ya elaboradas en los medios impresos, las cuales son adaptadas al nuevo medio audiovisual. Para extraer las particulares formas y funciones del uso de la escritura del corpus argentino se compara éste con noticiarios alemanes y transnacionales.

Media Breaks? Writing on the Television Screen. This article analyzes the forms and functions writing may take on in an audiovisual medium like television. By “writing” is understood here only graphic signs, and therefore only writing that actually appears on the screen is looked at. Examining a series of Argentine television news programs, the author explains how new uses of writing are developed tailored to the audio-visual nature of television and how, on the other hand, uses already created in the printed media are maintained and adapted to the new audiovisual medium. To specify the particular forms and functions of the use of writing in the Argentine body of work, it is compared with German and international news broadcasts.

CUANDO MARSHALL McLuhan formuló, a mediados de los años sesenta, la célebre frase “the medium is the message”, situó en el centro de atención una relación que sería tematizada reiteradamente en los decenios siguientes: los medios generan formas específicas de conocimiento que son configuradas en gran medida por el medio correspondiente. Así, la imprenta acuñó una nueva forma de percepción y de organización del saber, cuyo pivote es la

* Traducción del alemán: Rosa Ribas Moliné.

** Docente-investigadora en el Instituto de Lenguas y Literaturas Románicas de la Universidad Johann Wolfgang Goethe, Frankfurt, Alemania.

suspensión del contexto de producción y recepción de los textos impresos. La ausencia del productor y del receptor conlleva que se creen formas de expresión autónomas y autosuficientes —textos cerrados en sí mismos— para cuya comprensión ya no es necesario el contexto de la situación de partida y cuya producción conduce a la formación de categorías abstractas y analíticas (Ong, 1982:42 y ss.) y a una “estandarización de la percepción” (Giesecke, 1992:73 y ss.).

Sin embargo, el foco de las investigaciones recientes ya no se dirige únicamente a las rupturas bruscas que separan una era mediática de la siguiente, un medio del otro. La mirada se extiende más bien a situaciones concretas de cambio que se desarrollan en lugares precisos y en tiempos determinados. En el ámbito de los estudios latinoamericanos se han investigado, por ejemplo, los enfrentamientos conflictivos, las mezclas y las hibridaciones entre prácticas escriturales y prácticas orales que marcaron la época colonial en el continente americano.¹

El objeto de este artículo será también —en una dimensión modesta— uno de estos campos híbridos que, en cierta medida, se encuentra en el otro extremo de la historia de los medios en América Latina: las formas y funciones que la escritura puede asumir en un medio audiovisual como la televisión. “Escritura” se entiende aquí exclusivamente como signo gráfico; su rol en la producción de textos realizados después oralmente en la televisión no puede ser tenido en cuenta en este contexto.² En las páginas que siguen sólo se prestará atención a la escritura que aparece como tal en la pantalla, es decir su realización “en el medio gráfico”, como lo formularon Koch/Oesterreicher (1985) y Oesterreicher (1996).

Se tratará, en primer lugar, a partir de un corpus de noticiarios argentinos de varios tipos, de distinguir diferentes formas de uso de la escritura en la televisión y describir sus funciones. Estas funciones, por su parte, están —como se verá más adelante— estrechamente relacionadas con características específicas del medio televisivo; las diferentes formas en que la escritura aparece en la televisión se pueden describir como un ajuste al formato de este medio

¹ Para la época colonial, véase p. e. Scharlau (1986) y Mignolo (1995). En cuanto a la interacción entre culturas orales, de escritura y audiovisuales, véase por ejemplo Zires (2001).

² Aquí se abre un abanico que va desde la improvisación de textos a base de apuntes, pasando por la preparación escrita de enunciaciones aparentemente espontáneas y orales, hasta la lectura en voz alta de textos (Holly, 1995).

audiovisual. Al mismo tiempo se puede observar la continuidad de prácticas escriturales que vienen de otros ámbitos culturales y que siguen vivas, aunque transformadas, en la televisión.

En un segundo lugar, la atención se dirige hacia las siguientes cuestiones: ¿en qué medida los lugares en los cuales se producen, emiten y reciben los programas tienen un papel en la práctica del uso de la escritura? o ¿nos encontramos ante procesos que forman parte de un inventario global de recursos de presentación típicos de los medios?

Debido a ello, en el centro de esta investigación se encuentra un corpus de programas informativos producidos y emitidos en Argentina,³ a partir de los cuales se describirán diferentes tipos de empleo de la escritura y sus respectivas funciones. Para extraer diferencias por lo que se refiere a la forma y la función del uso de la escritura e intentar perfilar el corpus argentino de modo diferenciado, en relación con otros, se recurrirá a noticieros alemanes y transnacionales.⁴

La observación del corpus argentino puso al descubierto un sinfín de formas de empleo de la escritura en la televisión, que se pueden subdividir en diferentes tipos. El primer criterio de clasificación es de carácter tecnológico: la distinción entre escritura filmada y escritura sobreimpresa. En el primer caso, la escritura aparece como una parte de lo que capta la cámara; se puede ver en forma de documentos, como pasaportes o contratos (“Telenoche”, “Noticiero 7”), como pancartas ondeando sobre las masas de manifestantes (“Telenoche”, “Azul noticias”, “Telefé noticias”) o como inscripciones sobre letreros (“Telefé noticias”, “Telenoche”). La escritura filmada hace acto de presencia en los informes de los noticieros y es una parte del objeto de referencia.⁵ Aparece en

³ Se trata de los siguientes programas: “Telenoche” (Canal 13, mayo de 2002, septiembre de 2000); “Azul Noticias” (Canal 9, septiembre de 2000); “Telefé noticias” (Canal 11, septiembre de 2000); “El noticiero de Santi” (Canal 12, 2000); “Noticiero 7” (Canal 7, 2000).

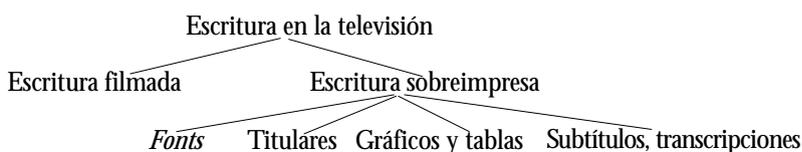
⁴ Los programas alemanes son: “Tagesthemen” (ARD, noviembre de 2003); “Heute Journal” (ZDF, noviembre de 2003); “RTL aktuell” (RTL, noviembre de 2003); “Nachrichten” (SAT 1, noviembre de 2003); “Nachrichten” (Pro 7, noviembre de 2003). Los programas internacionales son: “Las noticias” (CNN en español, mayo de 2002) y “CNN News” (CNN internacional, mayo de 2002).

⁵ Esto no se debe forzosamente a la producción técnica de la escritura filmada; así, por ejemplo, los textos de las películas de cine mudo son también, desde un punto de vista técnico, escritura filmada, pero al contemplar una película de cine mudo a nadie se le ocurre la idea de considerar estos textos como parte del objeto de referencia, es decir como parte de la realidad de la película.

los informes de todos los programas informativos considerados: “CNN internacional” y “CNN en español” mostraron páginas del informe anual de Amnesty International que se hizo público el mismo día de la emisión; los programas alemanes grabados en noviembre de 2003 dirigieron las cámaras a la carta con la que un general del ejército felicita a un parlamentario del partido CDU por un discurso antisemita.

Pero además de la escritura filmada, existe otro procedimiento por medio del cual las letras llegan a la pantalla: la escritura insertada (o sobreimpresión), con la cual a la imagen grabada por la cámara se añaden *a posteriori* sobreimpresiones. A este tipo de empleo de la escritura dedicaremos nuestra mayor atención en este artículo; la escritura filmada se dejará de lado.

Los diferentes tipos de empleo de la escritura se pueden esquematizar como sigue:



La escritura sobreimpresa, por su parte, se puede subdividir en otros tipos que se diferencian por su forma, su función y por la relación con el resto de las prácticas semióticas y que también en parte reciben denominaciones propias en el discurso de los profesionales de los medios. Las reflexiones que siguen se centrarán en tres tipos que forman parte del inventario fijo de los programas informativos investigados. En primer lugar, palabras sobreimpresas que aparecen en el borde superior o inferior de la pantalla y que identifican en lugar de los hechos o la persona que habla; en segundo lugar, sobreimpresiones que aparecen en barras situadas en el borde inferior o al lado del hablante y contienen un titular;⁶ en tercer lugar, finalmente, subtítulos y transcripciones. Otros tipos, por ejemplo la escritura

⁶ El *Manual de estilo de CNN en español* adopta en este caso la denominación inglesa y habla de *banners* o *fajas informativas* respectivamente (Durand, 2002:52).

como constituyente de tablas y gráficas, que visualizan informaciones dadas oralmente, no se tratarán en este artículo.

Identificar y etiquetar

En todos los programas investigados —argentinos, alemanes o transnacionales— se encuentra un tipo de sobreimpresiones que se añaden en el borde superior o inferior de la pantalla y que contienen informaciones sobre lugares o personas. De este modo informan sobre quién está hablando y dónde tienen lugar los acontecimientos que se ven en la pantalla. Este tipo de sobreimpresiones indica, además, con frecuencia el modo de transmisión y marca si se trata de una información en directo (en vivo) o de imágenes de archivo (archivo). El libro de estilo de la emisora en español de CNN, que proporciona a sus redactores instrucciones precisas para la formulación y presentación de sus sobreimpresiones gráficas, denomina a este tipo *fonts* (Durand, 2002:50).



FUENTE: "Telefé noticias", 6 de septiembre de 2000.

Este tipo de sobreimpresión depende en gran medida del contexto, pues sólo en conjunto con la imagen y el texto se despliega su significado. Así, por ejemplo, el texto en la imagen que aparece arriba (Alberto Maglietti/senador nacional por la UCR), bajo la imagen de una persona que habla, se interpreta: “aquí habla Maglietti, senador y miembro de la Unión Cívica Radical” y no precisamente “aquí se habla sobre Maglietti”. No nos encontramos, pues, con textos escritos autosuficientes, sino con secuencias de signos cuyo significado depende en buena medida del contexto en el que aparecen. Es importante precisar que “contexto” no se entiende aquí como la situación de la manifestación lingüística, sino más bien como un conjunto de diferentes signos que rodean la aparición del texto sobreimpreso: su posición en la pantalla, la imagen de una persona hablando en un primer plano, el micrófono delante de la cara, las manifestaciones orales en sonido original. Todo esto construye un contexto en el que la línea de texto adquiere su significado, en gran medida convencional. Los telespectadores saben perfectamente que las *fonts* proporcionan el nombre de la persona que habla y no indican algo que se dice sobre esa persona.

Por supuesto que una relación de este tipo entre una manifestación escrita y su contexto no es específica de la televisión. Por ejemplo, en una ciudad como Buenos Aires, donde fueron grabados los programas analizados, este uso del etiquetaje se encuentra en muchos lugares: en los supermercados la palabra escrita informa sobre el contenido de latas y envases, los rótulos callejeros indican el camino y permiten la orientación en la gran ciudad y las inscripciones en los autobuses y en las estaciones del metro señalan destinos y paradas del viaje. También aquí las inscripciones identifican objetos y lugares y también en este caso el contexto —la colocación de la palabra escrita, su relación con el entorno— es decisiva para el significado de la escritura. Es cierto que esta legibilidad de la ciudad no está al alcance de todas las personas que se mueven por ella, sea porque carecen de la competencia necesaria para leer, sea porque las compras en los supermercados o los desplazamientos en los medios de transporte públicos no forman parte de la vida cotidiana de muchos habitantes de la ciudad. Pero la cuestión es que en la televisión no se establece ninguna forma nueva del empleo de la escritura, sino que se usa una práctica de etiquetar e indicar que es usual también fuera de los medios audiovisuales.

No obstante, a pesar de que esta función de la escritura tiene una enorme importancia en la vida cotidiana, generalmente no se tiene en cuenta cuando

se estudian la escritura y la escrituralidad. Al tematizar los rasgos específicos de la escritura y de la cultura escrita, lo que se considera como producto medial prototípico es el libro. Esto se debe probablemente a que la suspensión del contexto comunicativo, la autosuficiencia y la autonomía de las manifestaciones escritas y la separación entre distintos procesos de acción son rasgos específicos que caracterizan sobre todo al libro. La lectura de inscripciones en envoltorios, instrucciones de uso, horarios, carteles indicadores o similares sólo deviene objeto de estudio científico sobre la escritura cuando la falta de competencia lectora dificulta precisamente este uso de la escritura. Así, dicho uso de la escritura en el contexto de la vida cotidiana es la piedra angular en el concepto de “analfabetismo funcional”, que toma como eje de la competencia escrita la funcionalidad de la escritura en una sociedad concreta, y mide el dominio de la escritura según el tipo de competencias que son necesarias para solventar la vida cotidiana.⁷ En las *fonts*, por consiguiente, se lleva a cabo un uso de la escritura que existe también fuera del medio televisivo, pero que comúnmente —dejando aparte las discusiones acerca de la escritura y la competencia escrita— queda eclipsado en las discusiones sobre escritura y escrituralidad.

Como se mencionó al principio, en la televisión las *fonts* identifican y etiquetan lugares y hablantes. Cuando, por ejemplo, CÓRDOBA, SENADO o RETIRO aparecen en la esquina superior izquierda de la pantalla, esto señala que ahora se están viendo sucesos en la capital de la provincia del mismo nombre, en el senado o en la estación de autobuses de Buenos Aires. Y así las *fonts* que se refieren a lugares consisten en conceptos geográficos (nombres de ciudades, barrios y provincias) y en algunos casos en denominaciones de lugares dentro de la institución emisora de televisión (indicaciones como ESTUDIO y REDACCIÓN). La información que se proporciona de este modo es redundante ya que el texto hablado por lo general menciona el lugar de los hechos. Con todo, el recurso a las *fonts* tiene como consecuencia una combinación de imagen y escritura que, independientemente del texto, indica que ahora el objetivo de la cámara, y con ella la mirada extendida del espectador, se dirige hacia los acontecimientos en ese lugar. Al recurrir a las *fonts* locales se

⁷ El concepto del analfabetismo funcional fue desarrollado en los sesenta en el marco de los programas de alfabetización de la UNESCO. Jones recoge la historia de los programas, el concepto y la definición (1988:76 y ss.).

escenifica la metáfora, ya cuajada en un topos, de la televisión como “ventana al mundo” (Elsner, Gumbrecht, Müller, 1994:186), que trae a la sala de estar del hogar un suceso acontecido a miles de kilómetros, lo pone ante los ojos del espectador y lleva a cabo esa “ampliación del horizonte de percepción” (Spangenberg, 1988:780) que constituye uno de los rasgos pertinentes de la televisión. De este modo las *fontes* locales no sólo tienen una función informativa, sino que contribuyen a poner en escena una característica de la televisión que consiste en funcionar como una prolongación de la mirada que dirige el espectador hacia el mundo.

Si hay personas hablando en el noticiario, por regla general aparece una sobreimpresión de dos líneas en el margen inferior de la pantalla, que contiene el nombre de la persona que habla y la función que ésta tiene en la política, la economía, la ciencia o la sociedad. Las etiquetas identifican de este modo a esas personas como expertos, políticos de este o aquel partido, con esta o esa función, y perfilan —por lo menos a grandes rasgos— el *lieu discursif* que el hablante posee en el orden del discurso y que ahora justifica su presencia en la televisión.

Etiquetas de este tipo se encontraron en todos los noticiarios argentinos analizados y forman parte también del estándar de los programas alemanes y transnacionales. Pero no todos los que hablan son identificados con un subtítulo en la imagen: en los programas argentinos todos aquellos que pertenecen al personal de la cadena —moderadores, reporteros, corresponsales— no reciben ninguna línea con sus nombres; en el caso de CNN, en cambio, un texto de dos líneas identifica a los corresponsales como tales y da su nombre y el lugar en que se encuentran. En los programas alemanes el nombre de los moderadores aparece sobreimpreso brevemente; si hablan corresponsales en la pantalla, la sobreimpresión proporciona el nombre y el lugar. A menudo junto con las imágenes del informe se inserta también una línea, como por ejemplo INFORME: MARION VAN HAAREN. Con esto no se identifica a una hablante (aun cuando la periodista en este caso presenta su propio informe) sino que la persona aparece más bien como autora de un texto. Este último tipo de etiqueta lleva a pensar que nos encontramos aquí ante un legado del ámbito de los medios impresos, en los que es sabido que los libros, los artículos científicos o periodísticos tienen un autor.

Un segundo ejemplo de práctica desigual en el tratamiento de subtítulos referidos a personas, que igualmente nos permite extraer consecuencias sobre el modelaje de lugares discursivos, lo proporcionan aquellos casos en los que las personas aparecen en televisión como testigos o partícipes en crímenes o accidentes, como manifestantes o como interlocutores en entrevistas *vox pop*. En algunos casos esos hablantes también son identificados con *fonts* en los programas estudiados —“Telenoche”, “El noticiero de Santi” (ambos Canal 13) y “Noticiero 7” (Canal 7)—, estos personajes, que ni trabajan para la cadena de televisión ni son entrevistados en el marco de su actividad profesional, reciben la palabra, pero sus manifestaciones no son ubicadas con ayuda de *fonts*. Es diferente en el caso de “Telefé noticias” (Canal 11) y “Azul noticias” (Canal 9): aquí aparecen líneas que nombran a ex rehenes, tratantes ilegales de animales y propietarios de unos terrenos en los que fueron encontrados cadáveres. “Rolando Blanco García/Fue rehén de los delincuentes”, subtítulo por ejemplo “Telefé” en su programa de noticias el informe de un rehén sobre su (breve) cautiverio (“Telefé noticias”, 6 de septiembre de 2000); Miguel Ángel Díaz/“En su campo aparecieron los cadáveres”, aparece escrito bajo el rostro de un hombre mayor, explicando lo horrorizado que se sintió al encontrar los cadáveres de una pareja joven (“Azul noticias”, 6 de septiembre de 2000).

Los testigos oculares y los implicados gozan, según Giesecke, de una conyuntura favorable en la televisión y están experimentando un renacimiento en ese medio, después de haber sido relegados a un segundo plano, cuando la invención de la imprenta hizo emerger una forma de representación de la realidad que consistió en un procedimiento técnico abstracto y estandarizado, independiente de una persona concreta y de su credibilidad, “un modelo o precisamente, como tan acertadamente lo denominan los cartógrafos, una producción” (Giesecke, 2002:134).⁸ En la televisión, en cambio, el testigo ocular aparece como garante de una presentación fiel a la realidad, y la autopsia, “lo he visto yo mismo”, se convierte en un elemento central de la afirmación del contenido de verdad.⁹ Con esto se abre un nuevo lugar

⁸ Respecto del *zapping* y de la recepción fragmentaria del medio televisivo que supone, véase Landi (1992); en el ámbito germanohablante, Winkler (1991).

⁹ Por lo que respecta al desarrollo de la presencia de legos en las televisiones alemana y suiza, véase Burger (1996). En cuanto al concepto de la autopsia, véase Hartog (1988:266 y ss). Sobre el tema de la desaparición de los testigos presenciales de los productos de la cultura del libro, concretamente en los relatos americanos, véase Hofmann (2001:219 y ss).

discursivo, del cual pueden tomar posesión los afectados y que en algunos programas aparece señalado como tal con una *font*: ocupar un cargo en la vida pública o ser especialista en un ámbito concreto no son las únicas condiciones para poder hablar en la televisión, también los supervivientes, los ex rehenes y los testigos de accidentes tienen derecho de hablar y son identificados con una *font*.¹⁰

Aun así, al observar diferentes programas de noticias se ha constatado que tanto la presencia de testigos oculares como su identificación por medio de una *font* se produce con diferente asiduidad. Así, en los programas argentinos los testigos reciben la palabra en muchas ocasiones —y no siempre se han cualificado para ello gracias a su presencia en el lugar de un accidente o un delito, sino que también pueden expresarse conductores de autobuses en huelga (“Telenoche”), empleados de banco despedidos (“Telenoche”) y padres que ocupan una escuela (“Telenoche”).¹¹ En cambio, la aparición de manifestaciones de legos en CNN en español es mucho menor y en los canales públicos de la televisión alemana es casi nula. Sólo en los canales privados, en los programas de noticias de Pro 7 y Sat-1 se ve y escucha a partícipes y testigos presenciales con más frecuencia. Sin embargo, en ninguno de los programas mencionados aparecen *fonts* que identifiquen a los legos y su función como partícipes, afectados o testigos presenciales.

La diferencia en el uso de las *font*s referidas a personas en el caso de testigos presenciales y partícipes está relacionada, por consiguiente, con diferentes modos de presentación; un modo que se basa en la participación de testigos y partícipes y que hace del testimonio presencial un factor importante de una información actual, auténtica y fiel a la realidad; y otro, en el que la presencia de testigos es secundaria y es menos relevante para producir efectos de verdad.

¹⁰ Respecto de la etiquetación de los invitados en tertulias televisivas y las estrategias de categorización y acaparamiento que conllevan, véase Seifried (2000).

¹¹ Es más que dudoso, sin embargo, si esta participación de grupos de población muy alejados de la *ciudad letrada* y sus protagonistas intelectuales conduce también a la participación de estos grupos en la discusión pública. En el caso de los testigos presenciales las posibilidades de hablar —por lo que se refiere a la elección de tema, turnos de habla y otras iniciativas en la conversación— son muy escasas. Tampoco en las tertulias televisivas, en las que los legos que participan tienen más posibilidades de hablar que los testigos presenciales, se puede hablar de una reestructuración de la vida pública a favor de aquellos que no tienen una voz en la *ciudad letrada*. Sobre las tertulias argentinas véase, por ejemplo, Laudano (1998) y Cháneton (1997).

***Banners* y titulares: el legado de los medios impresos**

También en el caso del segundo tipo de sobreimpresiones que aquí se tratará se puede registrar el recurso a una práctica escritural que se remonta a una larga tradición fuera de la televisión. Insertadas en la *blue box* al lado del locutor de las noticias o como subtítulo en una barra en el margen inferior de la pantalla, las sobreimpresiones adoptan la forma y la función de los titulares en los periódicos. Este recurso se aprecia ya en la denominación: en el ámbito angloparlante estas líneas en el margen inferior de la pantalla se denominan *banner*, un nombre que retoma el de *banner headline*, en los manuales en español o también en los noticiarios se habla de “titulares” o “fajas informativas” (véase el libro de estilo de la emisora CNN en español). Y también por lo que se refiere a la forma, función y aparición, estas líneas añadidas tienen mucho en común con los titulares de periódicos.¹²



FUENTE: “Noticiero de Santi”, Canal 13, 6 de septiembre de 2000.

¹² Raimund Schieß (2003) indica también esta similitud en forma y función entre las sobreimpresiones en la televisión y los titulares de periódicos.

La sobreimpresión mostrada arriba representa un caso típico porque la primera línea de un *banner* por lo general consiste en un sintagma nominal, cuyo núcleo se expande por medio de complementos preposicionales (por ejemplo CRISIS EN EL SENADO, AMPLIACIÓN DE LA OTAN, VIOLENCIA EN LA CANCHA), adjetivos (por ejemplo VIAJES PRESIDENCIALES, EMPATE INESPERADO), participios (ASESINO DETENIDO) o, como en este caso, un adverbio; en algunos casos la primera línea está formada por un único sustantivo (por ejemplo “corralito”) o una sucesión de sustantivos (“preciosas y peligrosas”). Los sintagmas verbales, y con ellos los verbos en formas personales, apenas aparecen en los diferentes programas.¹³

La segunda línea del *banner* consiste por regla general en una oración enunciativa con un verbo en forma personal. En la mayor parte de los casos analizados se trataba de oraciones completas, que además de sujeto y predicado contenían uno o dos complementos (objetos y/o complementos adverbiales). Esta segunda línea completaba la información, que en la primera línea sólo se esbozaba escuetamente, de modo que ambas líneas, como los titulares clásicos de los medios impresos, proporcionaban el núcleo de la información. Ésta se va desarrollando a lo largo del informe filmado, como también sucede en los artículos de periódicos, cuando se mencionan circunstancias, detalles e informaciones adicionales.¹⁴ Pero los textos sobreimpresos no sólo cumplen la misma función que los titulares desde un punto de vista semántico-textual. Igual que los titulares impresos en negrita en la primera página de los periódicos, los *banners* quieren captar la atención y animar al consumo del producto medial. En los programas argentinos estudiados aparecen en varias ocasiones a lo largo del programa. En la mayoría de los noticiarios argentinos se muestra al comienzo una lista de los titulares, anunciados a menudo como “los titulares de hoy”, mientras en la pantalla se ven imágenes impactantes (por ejemplo, un helicóptero que se hunde en la marea, diputados insul-

¹³ El análisis de seis programas de noticias argentinos dio como resultado 103 titulares, cuya primera parte en 97 casos estaba formada por un sintagma nominal. En la segunda línea, en cambio, que siempre era más larga, se trataba en tres cuartos de los casos de frases con un verbo en forma personal, completados con uno o dos complementos y/o adverbios, como en el ejemplo que se muestra aquí. En el cuarto restante la segunda línea era un sintagma nominal, por ejemplo CORRALITO/EL PLAN DE LAVAGNA (“Telenoche”, 29 de mayo de 2002).

¹⁴ Respecto de la semántica textual de las noticias periodísticas y la función semántico-textual de los titulares, véase van Dijk (1988).

tándose, prisioneros con esposas) acompañando al texto que lee el locutor y un *banner* aparece en la pantalla de la forma descrita más arriba. La función de estos titulares es evidente y coincide en gran parte con la de los titulares de la prensa: proporcionan una primera visión panorámica de las informaciones más importantes, orientan al espectador sobre lo que le espera en el transcurso del programa e intentan convencerlo de que continúe viéndolo. El hecho de que en los programas argentinos aparezcan las mismas imágenes y textos antes de las pausas para la publicidad y allí, como se dice en la jerga televisiva, actúen como *tease*, no resulta sorprendente y aspira a conseguir el mismo efecto. Finalmente, los mismos *banners* aparecen cuando se emite el informe y a menudo siguen visibles un largo rato; el texto oral se va desarrollando, la línea del *banner*, que “subraya” el texto hablado y lo ancla temáticamente, permanece. Con ello, el *banner* ofrece ayuda a la orientación del espectador que haya llegado a este programa saltando de canal en canal y lo anima a que siga mirándolo. Los *banners* están así al servicio de un comportamiento receptivo que no se basa en el seguimiento del texto de un programa a lo largo del tiempo, sino que consiste en el *zapping*, el cambio rápido de canales. La herencia de los medios impresos está aquí al servicio de una forma de recepción típica de la televisión, el salto rápido de un programa al otro, y no está relacionada con el tipo de lectura que por lo común se entiende como lineal y continua.¹⁵

Al examinar otros canales de televisión se constata lo siguiente: en los canales alemanes los *banners* presentados como franjas en el margen inferior de la pantalla son relativamente poco frecuentes; sólo los noticiarios de los canales comerciales Pro7, Sat1 y RTL usan *banners* en las partes de sus programas que presentan un resumen general de las noticias; los informes más largos no contienen este tipo de titulares. En los noticiarios “Tagesthemen” y “Heute Journal”, emitidos por los canales estatales ARD y ZDF respectivamente, la presencia de titulares se limita de igual forma a los resúmenes de noticias. En estos canales aparece una breve sobreimpresión en la *blue box* al lado del locutor, que se mantiene poco tiempo. En general, en los noticiarios alemanes la escritura está mucho menos presente en la pantalla; los *banners* o los *inserts*

¹⁵ Sin embargo, cabe mencionar que ya son los propios diarios los que en el siglo XX invitan a un modo de leer que va saltando de titular en titular y que conlleva cierta práctica de lectura selectiva y fragmentaria.

aparecen sólo en los resúmenes generales de noticias y no al comienzo del programa o durante informes filmados. La función de suscitar la atención, despertar el interés por lo que sigue y motivar al espectador a seguir mirando tiene un rol mucho menor en estos programas y se manifiesta en un uso menos abundante de *banners*. Y tampoco parece que los zapeadores, que sólo miran de pasada el programa y podrían ser cautivados por los *banners*, se encuentren en el punto de mira de los programadores de televisión.

Una configuración muy distinta se aprecia en los canales de noticias especializados, que buscan informar al espectador que se conecta al programa en cualquier momento. Para ello utilizan un formato de pantalla multimodal, que ofrece de modo simultáneo diferentes ofertas informativas. En CNN Internacional, así como en N-TV, N 24 y BBC internacional, se puede ver en el margen inferior de la pantalla una banda de texto en la que van deslizándose nuevas noticias breves de derecha a izquierda. Al lado se pueden ver, además, valores de acciones, índices de la bolsa y el logotipo del canal en sobreimpresión.

Existen, entonces, usos de la escritura que se amoldan a las características mediáticas de la televisión, como son la inmediatez, la posibilidad de una recepción fragmentada, pero estos usos presentan distintos grados de frecuencia y adoptan distintas formas según países y canales.

Transcripciones y subtítulos

Otro tipo de uso de la escritura en los programas televisivos se caracteriza porque el texto escrito sirve para apoyar la expresión oral, sea como traducción, como es el caso de los subtítulos, sea en forma de anotación escrita de palabras realizadas oralmente. En ambos casos un rasgo fundamental es la equivalencia entre lo escrito y lo hablado, donde —y esta es la segunda particularidad— lo hablado no se puede entender por sí mismo y la versión escrita facilita la comprensión.

Los subtítulos entran en acción cuando se trata de hacer comprensibles al espectador manifestaciones (declaraciones de prensa, fragmentos conversacionales) en una lengua extranjera. Así, por ejemplo, “Telenoche” emitió una noticia sobre el final de los trabajos de desescombros en Ground Zero, el lugar donde se encontraban las Torres Gemelas, y añadió algunas breves



FUENTE: "Telenoche", Canal 13, 5 de septiembre de 2000.

declaraciones de obreros de la construcción y allegados de las víctimas del atentado. Sus declaraciones se podían escuchar en el inglés original y llevaban subtítulos en español.

La elección de los subtítulos como procedimiento de traducción supone que se puede escuchar la noticia original (con las voces de los hablantes y todos los ruidos del entorno) y que con ello se mantiene esa autenticidad del material que tiene un valor tan especial entre las estrategias con las que la televisión aspira a ser creíble y "fidel a la realidad". La cámara y el micrófono registran el entorno, la persona, la voz y el fondo con todos los detalles y lo transmiten tal como se podría ver y oír en el lugar de los acontecimientos. Por supuesto es evidente que al hacer las grabaciones se ha llevado a cabo una selección, que éstas son manipuladas posteriormente y que tampoco los informes en directo presentan la realidad tal cual (este tema fue discutido muy a fondo sobre todo con relación a las informaciones sobre las diferentes guerras del Golfo). Pero lo que me interesa precisar en este punto es la forma determinada de construcción de la realidad —concretamente el encontrarse con la cámara y los aparatos de grabación en el lugar de los hechos— y el modo como de ella se desprende una reivindicación de veracidad y fidelidad.

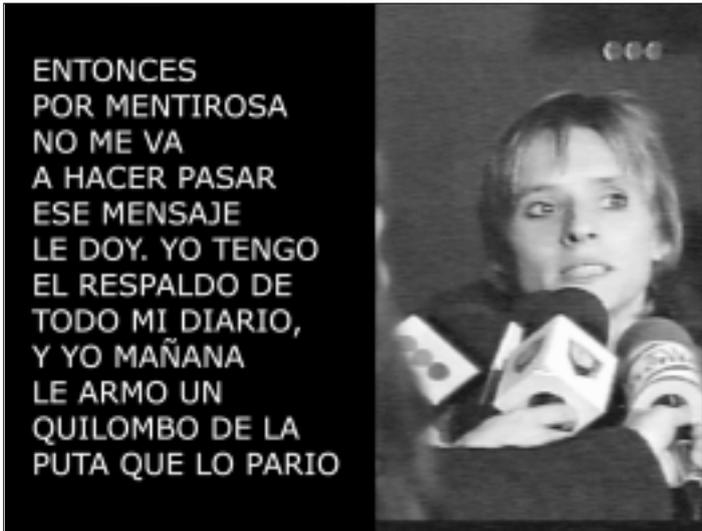
Dentro del marco de las posibilidades técnicas, es cierto que existen otros procedimientos para traducir las entrevistas: el doblaje, (que en los noticieros apenas se usa por motivos de falta de tiempo) y el *voice over*, donde una voz se sobrepone al sonido original y lo traduce,¹⁶ un recurso que representa una alternativa muy habitual a los subtítulos. En los programas argentinos que grabé y estudié, los subtítulos son el recurso más común; en otros programas como CNN en español, que se difunde por todo el ámbito hispanohablante, o en los programas de noticias alemanes, el procedimiento más habitual es el *voice over*. La preferencia por los subtítulos —y no por el *voice over*— representa la opción por un procedimiento que tiene como objetivo que la autenticidad se mantenga en toda su dimensión, y que la voz y los sonidos de fondo se sigan escuchando.

También en otro caso la escritura sirve de vehículo que permite que el discurso oral se pueda emitir como tal y señalar su autenticidad. En un noticiero del canal Telefé se difundió una cinta que mostraba una conversación entre una periodista y un colaborador del senador Cantarero. Según la periodista, en una conversación anterior el senador le habría proporcionado informaciones sobre el desarrollo y los implicados en un escándalo de corrupción, e incluso habría admitido que él mismo había recibido dinero de sobornos. La periodista había publicado estas declaraciones en el diario *La Nación*, a consecuencia de lo cual el senador las desmintió a vuelta de correo.¹⁷ La conversación que la periodista grabó después en secreto con un colaborador del senador —ya que no podía acceder a éste— la emitió en su noticiero el canal Telefé. La calidad de la grabación es, sin embargo, tan pésima, que apenas se comprende lo que se dice. Para poder emitir la grabación, los productores tuvieron que recurrir a la siguiente combinación de imagen, sonido y texto escrito: se dividió la pantalla en dos partes, en la parte izquierda apareció el texto escrito y en la derecha se mostraron imágenes en las que alternaban la periodista, el senador y también la sala del Senado. Las imágenes aparecen sin el sonido original, y en su lugar se oyen las grabaciones de las conversaciones entre la periodista y el colaborador del senador, cuyas palabras retoma también el texto escrito, de modo que el

¹⁶ Al contrario que en el doblaje, con el *voice over* el sonido original se puede escuchar, aunque no se puede entender; no se sustituye una banda de sonido por otra, sino que las voces se sobrepone. Respecto de los procedimientos de traducción en la televisión, véase Hofmann (2002).

¹⁷ Un resumen conciso del escándalo de sobornos se encuentra en Lanata (2003).

sonido y el texto escrito se refieren mutuamente el uno al otro, mientras que las imágenes sólo ilustran el tema. Las fotos del senador evocan el tema completo, que con el título “escándalo en el Senado” se encontraba desde hacía semanas en el centro de atención de la información; las fotos y las grabaciones de la periodista y del senador ponen en escena el enfrentamiento entre ambos.



FUENTE: “Telefé Noticias”, Telefé, 6 de septiembre de 2000.

La transcripción permite que se pueda emitir una grabación de sonido que, a causa de la mala calidad técnica, apenas es comprensible, y que de este modo se transmita una grabación que basa su reivindicación de verdad en su carácter documental. La grabación se realizó en el lugar mismo de los hechos y en secreto, así que por lo menos uno de los participantes actuó sin pensar que estaba siendo grabado. Que apenas se puedan entender las palabras no va en detrimento de su carácter documental, sino que incluso lo aumentan. También aquí el uso de la escritura sirve para ayudar a que se despliegue una presentación cuya reivindicación de autenticidad y de fidelidad a la realidad deriva de la audiovisibilidad de la televisión. Y también aquí se muestran, si

se observan diferentes programas de diferentes países, diferencias en el modo de proceder: mientras que en los programas de noticias argentinos dominan los subtítulos, en los programas alemanes e internacionales observados el procedimiento más habitual es el *voice over*, la sobreposición de una voz a las palabras extranjeras. En este caso, como ponen en evidencia estas diferencias, el mayor uso de la escritura va acompañado de un uso más intenso de las posibilidades que tiene la televisión de dotar sus representaciones de la realidad con el aura de autenticidad.

La letra y sus usos: ¿fenómeno global o local?

¿Qué sucede cuando los signos gráficos se separan del medio del libro impreso y encuentran un uso en otro nuevo medio? ¿Qué contornos presenta este campo de transición?

Como se ha mostrado, el uso de la escritura en los programas de televisión se sirve de prácticas del uso de la letra escrita que ya existían fuera del medio televisivo, sea en los procedimientos de etiquetación o rotulación que se emplean en las *fonts* que identifican a personas o a lugares, sea en los *banners* que retoman los titulares de los periódicos, sea en los subtítulos y transcripciones, que reutilizan una práctica habitual del cine mudo. Con todo, estos modos de escribir y leer no son los que comúnmente se relacionan con la escritura y la lectura ni suelen ocupar el centro de atención cuando se estudian las propiedades de la escritura y la cultura escrita. Como rasgos característicos de la escritura se consideran más bien los modos de producción y recepción asociados con el libro. En este sentido, la televisión adopta prácticas marginales de la escritura que, por otra parte, son integradas en el medio audiovisual y se acomodan a las características de éste: los titulares sobreimpresos no son sólo una configuración pasajera de *pixels* en la pantalla, sino que se ajustan a una forma de recepción pasajera, el *zapping*. Las *fonts* locales señalan hacia qué punto se dirige el ojo de la cámara y contribuyen a escenificar la televisión como ventana al mundo; las *fonts* referidas a personas no sólo caracterizan a los hablantes, sino que perfilan los viejos y nuevos lugares discursivos que son significativos para el medio. Las transcripciones y los subtítulos, finalmente, están al servicio de un modo de presentación que busca su autenticidad y su credibilidad en la captación audiovisual de

un objeto, exhibiendo el sonido y la imagen originales como garantía de la veracidad de la representación. Y cuando este sonido original suena auténtico, pero incomprensible, la escritura sobreimpresa asegura su entendimiento. De este modo, la escritura aparece al servicio de un modo audiovisual de transmisión de información y conocimiento sobre el mundo.

Si este uso de la letra resulta igual en todos los programas y en todos los lugares, ¿se puede hablar de un inventario global de formas de empleo de la escritura, o se pueden encontrar también diferencias locales? Esta cuestión sólo se puede responder de un modo definitivo dentro de una comparación sistemática, un propósito que sobrepasa en mucho el marco de esta contribución. No obstante, el procedimiento que se ha elegido aquí —el contraste puntual que permite conferir al corpus argentino un perfil diferenciado— hace posible nombrar algunas tendencias. Al establecer una comparación con los programas alemanes e internacionales se puso en evidencia, en primer lugar, que el uso de la escritura es bastante homogéneo en muchos modos: el uso de *fonts* y *banners* existe en todos los programas y muestra formas y funciones parecidas o idénticas.

Existen, sin embargo, también divergencias. Si se intenta agrupar las características del uso de la escritura en los noticiarios argentinos, el resultado que se obtiene es que la letra está muy presente en ellos y que esta presencia está en correlación con posibilidades específicas del medio televisión: los *banners* permanecen en la pantalla una buena parte del tiempo de emisión para cautivar a los espectadores que zapean, las transcripciones y los subtítulos ofrecen la posibilidad de que contribuciones originales incomprensibles conserven su autenticidad audiovisual (mientras que el *voice over* la cubre). Y, finalmente, la gran presencia de no-profesionales, que hablan como testigos o afectados, es una tendencia que tiene relación con un modo de presentación de la televisión que se basa cada vez más en las personas y la personalización. Paradójicamente, la mayor presencia de escritura va asociada a más televisión, y concretamente, a un mayor aprovechamiento de posibilidades específicas de la televisión, como son el *zapping* la creación de autenticidad audiovisual.

A este respecto se muestra cierta conformidad en la televisión argentina con el uso de sobreimpresiones escritas; los programas argentinos se parecen en este punto mucho más entre sí, aunque presenten similitudes y coincidencias con otros programas tratados. Aquí se refleja, a pesar de los usos

globales y homogéneos de la escritura que se puede observar en los programas de distinta procedencia, una suerte de perfil nacional que se puede comprender como parte de una cultura televisiva nacional, donde tienden a converger en un punto los usos de elementos formales como las sobreimpresiones escritas.

Bibliografía

- Bucher, Hans-Jürgen (1998), "Vom Textdesign zum Hypertext. Gedruckte und elektronische Zeitungen als nicht-lineare Medien", en Holly, Werner; Biere, Bernd Ulrich, *Medien im Wandel*, Westdeutscher Verlag, Opladen, pp. 65-101.
- Burger, Harald (1996), "Laien im Fernsehen. Was sie leisten —wie sie sprechen— wie man mit ihnen spricht", en Biere, Bernd Ulrich; Hoberg, Rudolf, *Mündlichkeit und Schriftlichkeit im Fernsehen*, Gunter Narr Verlag, Tübingen, pp. 41-80.
- Cháneton, July E. (1997), "Género (M/F) y massmediación: nuevos objetos discursivos", en *Facultad de Filología y Letras* (Buenos Aires) 3, pp. 89-94.
- Durand, Enrique (2002), *Manual de estilo y referencia de CNN en español* (internes Papier, vom Autor überlassen).
- Elsner, Monika; Gumbrecht, Hans-Ulrich; Müller, Thomas; Spangenberg, Peter M. (1994), "Zur Kulturgeschichte der Medien", en Merten, Klaus; Schmidt, Siegfried; Weischenberg, Siegfried, *Die Wirklichkeiten der Medien. Eine Einführung in die Kommunikationswissenschaft*, Westdeutscher Verlag, Opladen, pp. 163-187.
- Foucault, Michel (1969), *L'Archéologie du savoir*, Gallimard, Paris.
- Giesecke, Michael (1992), *Sinnenwandel, Sprachwandel, Kulturwandel. Studien zur Vorgeschichte der Informationsgesellschaft*, Suhrkamp Verlag, Frankfurt/Main.
- Giesecke, Michael (2002), *Von den Mythen der Buchkultur zu den Visionen der Informationsgesellschaft. Trendforschungen zur kulturellen Medienökologie*, Suhrkamp Verlag, Frankfurt/Main.
- Hartog, François (1988), *The Mirror of Herodotus. The Representation of the Other in the Writing of History*, University of California Press, Berkely/Londres.
- Hoffmann, Sabine (2001), *Die Konstruktion kolonialer Wirklichkeit. Eine diskursanalytische Untersuchung von Karibiktexten des frühen 17. Jahrhunderts*, Campus Verlag, Frankfurt/Main.
- (2002), "Synchronisation, Untertitelung, *voice over*. Übersetzung im argentinischen Fernsehen", en Scharlau, Birgit, *Übersetzen in Lateinamerika*, Gunter Narr Verlag, Tübingen, pp. 139-157.

- Holly, Werner (1995), "Secondary Orality in the Electronic Media", en Quasthoff, Uta, *Aspects of Oral Communication*, Walter de Gruyter, Berlín/Nueva York, 340-363.
- Jones, Phillip W. (1988), *International Policies for Third World Education: UNESCO, Literacy and Development*, Routledge, Londres/Nueva York.
- Koch, Peter/Oesterreicher, Wulf (1985), "Sprache der Nähe-Sprache der Distanz. Mündlichkeit und Schriftlichkeit im Spannungsfeld von Sprachtheorie und Sprachgeschichte", en *Romanistisches Jahrbuch*, núm. 36, pp. 15-43.
- Lanata, Jorge (2003), *Argentinos. Siglo XX: desde Yrigoyen hasta la caída de la Rúa*, tomo 2, Grupo Zeta, Buenos Aires.
- Landi, Oscar (1992), *Devórame otra vez. Qué hizo la televisión con la gente. Qué hace la gente con la televisión*, Planeta, Buenos Aires.
- Laudano, Claudia (1998), "Talk shows: entre la visualidad de la violencia y la invisibilidad de la subordinación", en *Feminaria* 11 (21), pp. 34-43.
- Mignolo, Walter (1995), *The Darker Side of the Renaissance. Literacy, Territoriality, and Colonization*, The University of Michigan Press, Ann Arbor.
- Oesterreicher, Wulf (1996), "Lo hablado en lo escrito. Reflexiones metodológicas y aproximación a una tipología", en Kotschi, Thomas; Oesterreicher, Wulf; Zimmermann, Klaus (eds.), *El español hablado y la cultura oral en España e Hispanoamérica*, Vervuert, Frankfurt/Madrid, pp. 317-340.
- Ong, Walter (1982), *Orality and Literacy. The Technologizing of the Word*, Methuen, Londres/Nueva York.
- Scharlau, Birgit; Münzel, Mark (1986), *Qellqay. Mündliche Kultur und Schrifttradition bei Indianern Lateinamerikas*, Campus Verlag, Frankfurt/Nueva York.
- Schieß, Raimund (2003), "'Too close to call': CNN's politics of captions in the Coverage of the Florida Recount", en Schieß, Raimund; Lauerbach, Gerda, *The Florida Recount on CNN International-Two Discourse Analytic Studies*, ZENAF Arbeits- und Forschungsberichte, Frankfurt/Main, pp. 9-28.
- Seifried, Bettina (2000), *Talkshow als Subjekt diskurs. Sprachliche und interaktive Verfahren und Strategien einer diskurspezifischen Konstruktion von Subjektpositionen in US-amerikanischen Talk-Service Shows*, Dissertation Frankfurt am Main.
- Spangenberg, Peter M. (1988), "TV, Hören und Sehen", en Gumbrecht, Hans-Ulrich; Pfeiffer, Karl Ludwig (eds.), *Die Materialität der Kommunikation*, Suhrkamp, Frankfurt/Main, pp. 776-798.
- Van Dijk, T. (1988), *News as Discourse*, Lawrence Erlbaum Publishers, Hillsdale/Londres.
- Winkler, Hartmut (1991), *Switching. Zapping. Ein Text zum Thema und ein parallelaufendes Unterhaltungsprogramm*, Verlag Jürgen Häusser, Darmstadt.
- Zires, Margarita (2001), *Voz, letra e imagen en interacción. El rumor de los pitufos*, UNAM, México.