



Revista Signos

ISSN: 0035-0451

revista.signos@ucv.cl

Pontificia Universidad Católica de Valparaíso
Chile

Charaudeau, Patrick

La problemática de los géneros. De la situación a la construcción textual

Revista Signos, vol. 37, núm. 56, 2004, pp. 23-39

Pontificia Universidad Católica de Valparaíso

Valparaíso, Chile

Disponible en: <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=157013763003>

- Cómo citar el artículo
- Número completo
- Más información del artículo
- Página de la revista en redalyc.org

redalyc.org

Sistema de Información Científica

Red de Revistas Científicas de América Latina, el Caribe, España y Portugal

Proyecto académico sin fines de lucro, desarrollado bajo la iniciativa de acceso abierto

La problemática de los géneros. De la situación a la construcción textual*

Patrick Charaudeau
Universidad de París XIII
Francia

Resumen: Si nos referimos a los escritos que tratan la cuestión de los géneros, y si nos apartamos de la tradición literaria, percibimos que esta problemática se aborda de diversas maneras dando origen a múltiples descripciones, definiciones y tipologías, según: las características formales de los textos, las actividades lingüísticas puestas en marcha, la naturaleza comunicativa en la cual se inscriben los textos o el anclaje social manifestado. De hecho, estos diferentes aspectos están ligados entre sí, pero es preciso reunirlos en torno a una problemática común. Este es el propósito de este artículo. Por ello, se revisan brevemente diferentes aproximaciones acerca del género y se propone un enfoque semio-discursivo. Este se apoya en una teoría de la situación de comunicación como un lugar en que se establecen las restricciones que definen las reglas del juego del acto de lenguaje y determinan al mismo tiempo el marco de la escenificación del discurso. La situación de comunicación en donde se elaboran las *instrucciones de sentido* para esta escenificación se transforman, por tanto, en un *contrato*, factor fundante del género. Así, el género se construye a través del filtro de los diferentes niveles de estructuración del acto de lenguaje: el nivel *situacional* de las restricciones, el nivel de la *organización discursiva*, determinada por las instrucciones situacionales y el nivel de las *marcas formales*, más o menos recurrentes, necesarias para configurar lingüísticamente la organización discursiva.

Palabras Clave: contrato de comunicación, objetivo discursivo, texto, tipología, discurso.

The genre problems. Form situation to text construction

Abstract: When reviewing existing work on genre from a point of view different from that of literary tradition, it is possible to perceive that this issue is addressed in various forms, originating different descriptions, definitions and typologies, depending on the formal characteristics of the texts, the linguistic activities started, the communication concept in which the texts are inscribed or the social basis of the text. In actual fact, all these aspects are correlated, but it is important to organise them around a common problem area. That is the purpose of this article. Different approaches to genre are briefly reviewed and a semio-discursive approach is suggested, supported on a theory that proposes communicational situation as the area where the restrictions defining language rules are established, at the same time determining the scenario for discourse. The communicational situation where *sense instructions* are elaborated for this scenification becomes the *contract*, genre's founder factor. Consequently, genre is built through the filter of the different structure levels present in the linguistic act: the *situational* level of restrictions, the level of *discursive organisation* determined by situational instructions and the level of more or less recurrent *formal marks* (or markers), necessary to give linguistic configuration to discursive organisation.

Key Words: communication contract, discursive object, text, typology, discourse.

Recibido: 8 de marzo de 2004 **Aceptado:** 14 de junio de 2004

* Este artículo se enmarca en el Proyecto ECOS/CONICYT CO2 HO2.

Correspondencia: Patrick Charaudeau (pcharaud@wanadoo.fr). Tel.: (033-1) 49403018. Fax: (33-1) 49403706. Universidad Paris XIII, Av. Jean-Baptiste Clément, 93430 Villetaneuse, Paris, Francia.

Traducido del francés por la Dra. Juana Marinkovich.

Una manera de plantear los problemas

En Charaudeau (1997), en un artículo de la revista *Réseaux*, titulado "Las condiciones para una tipología de los géneros televisivos de información", se presentaban los problemas que plantea la noción de género. Me apoyaba, en esa ocasión, en las diferentes categorías que nos ha entregado la tradición literaria para poner en evidencia la diversidad de los criterios a los cuales esta recurría y, finalmente, para cuestionar su pertinencia cuando se trata de clasificar textos no literarios. Me percaté ahora que realicé en ese momento el ejercicio clásico de escribir un artículo que consiste en hacer "una revisión crítica de la cuestión" más que plantear mi propio punto de vista. Pero lo que es sintomático, en este caso, es haberme referido como otros a la tradición literaria como si el problema de los géneros no pudiera ser tratado sino por referencia a aquello. Evidentemente, somos herederos de esta tradición, pero ahora me parece un error que se debe enmendar y que es preferible replantear el problema desde otra óptica. Por otra parte, si nos remontamos a la Antigüedad, nos damos cuenta que desde esa época han coexistido dos problemáticas. Una, procedente de la posición del poeta de la Grecia pre-arcaica, la cual, inspirada en los dioses, tenía a su cargo exaltar a los héroes (géneros épico y epidíctico) y resolver los enigmas (los mitos), lo que ha derivado en codificar la poesía en un cierto número de géneros, tales como el épico, el lírico y el dramático. Otra, generada en la necesidad de administrar la vida de la ciudad y los conflictos comerciales y políticos, que se originó en la Grecia clásica y tuvo su apogeo en la Roma ciceroniana, haciendo del discurso público un instrumento de deliberación y de persuasión política. Es, pues, en esta segunda óptica donde me inscribiré y retomaré ciertos intentos de definición de los géneros no literarios para de una u otra manera plantear los problemas e intentar hacer mis propuestas.

Se puede considerar, evidentemente, en forma simplificada que el problema de los géneros no literarios ha sido o es abordado de diversas maneras: a) determinando "lugares de habla" —lugares sociales, decían los clásicos— que resultan de la manera en que una sociedad estructura, institucionalmente, la práctica social en grandes sectores de actividad: lo político, lo religioso, lo jurídico, lo científico, lo educativo, etc.; b) basándose en las grandes "funciones" de la actividad comunicativa, según el polo del acto de comunicación hacia las cuales están orientadas. Son las ya conocidas funciones de Jakobson (1963)

(emotiva, conativa, fática, poética, referencial y metalingüística) o de Halliday (1973, 1974) (instrumental, interaccional, personal, heurística, imaginativa, ideacional, interpersonal, etc.); c) fundándose en la "naturaleza comunicacional" del intercambio verbal que es, como lo propone Bajtín (1984), "natural", espontáneo (géneros primarios), o "construidos", institucionalizados (géneros secundarios); o como lo proponen otros, textos dialógicos o monológicos, orales o escritos; d) apoyándose en el "aparato formal de la enunciación", como lo ha propuesto Benveniste (1969) con la oposición "discurso/relato", y otros que en esta línea o en aquella de los trabajos de Culioli, elaboran clasificaciones en función de las marcas enunciativas; intentando definir "tipos de actividades comunicativas", que tienen un valor más o menos prototípico, tales como narrativo, argumentativo, explicativo, descriptivo, etc.; e) describiendo las características formales de los textos y uniendo las marcas más recurrentes para concluir en la determinación de un género textual¹. f) finalmente, buscando determinar un campo de producción del discurso según textos fundantes, cuya finalidad es determinar los valores de un cierto ámbito de producción discursiva, como pueden ser el discurso filosófico, el discurso científico, el discurso religioso, el discurso literario, etc. (cfr. Maingueneau & Cossuta, 1995)². Esta rápida revisión de las maneras de abordar la noción de género no pretende ser exhaustiva. Se trata de recordar brevemente, por si fuera necesario, la complejidad de la problemática, mostrando que lo que se ha tomado en cuenta para definir esta noción se relaciona tanto con el *anclaje social* del discurso, con su *naturaleza comunicacional*, con las *actividades comunicativas* puestas en práctica, como con las *características formales* de los textos producidos. Ahora bien, uno puede preguntarse si estos diferentes aspectos no están ligados. Los retomaré, pues, aquí para poner en evidencia los problemas que plantean cuando se los considera separadamente y proponer un modo de articularlos.

En primer lugar, el aspecto del *anclaje social* que funda los géneros, relacionándolos con las diferentes prácticas sociales que se instauran en una sociedad. Estas pueden representar, para los actores comunicativos, un rol empírico de punto de referencia sin el cual, como lo dice Bajtín (1984), "el intercambio verbal sería imposible", pero se puede llegar a considerarlos como un campo estructurado (en el sentido de Bourdieu), donde se instauran relaciones de fuerzas simbólicas entre los actores, relaciones de fuerzas más o menos jerarquizadas e institucionali-

zadas según un campo determinado. Estos campos —que yo prefiero llamar “campos de la práctica discursiva”, porque esta denominación remite más a la experiencia comunicativa— determinan de antemano la identidad de los actores que allí se encuentran, los roles que deben asumir, lo que hace que los significados de los discursos que allí circulan sean fuertemente dependientes de la posición de sus enunciadore. Radicalizando este punto de vista, se podría decir que el estatus del actor y el rol que este desempeña son determinantes para juzgar la adecuación de un discurso a un contexto en el cual se produce. Así, todo discurso estaría marcado por el sello de una cierta “performatividad”, ya que el actor social, que está en el origen enunciativo, sería reconocido en su estatus: no es ya lo que se dice lo que cuenta, sino el origen enunciativo externo de lo que se dice.

Lo que es, sin embargo, discutible (de allí, los condicionales) es hacer depender el significado de los discursos del estatus del actor, productor del acto de habla, de su posición de legitimidad más que de su rol de sujeto enunciativo; esto querría decir que cualquiera sea la manera de hablar, se produciría un discurso típico del ámbito en el cual se inserta. Por tanto, el sacerdote que bautiza podría decir tanto “Yo te condecoro” como “Yo te bautizo”, lo que quiere decir que no existirían características discursivas propias a un ámbito³. Pertenecería al género político todo discurso producido en el ámbito de la práctica política, al género mediático todo discurso producido en el ámbito de la práctica de los medios masivos de comunicación, al género científico todo discurso producido en el ámbito de la práctica de las ciencias, etc.

Ahora bien, se puede plantear razonablemente la hipótesis que todo ámbito de la práctica social tiende a regular los intercambios, y consecuentemente, a instaurar regularidades discursivas, incluso, como lo ha mostrado la etnometodología, rituales lingüísticos, de los cuales se podría hasta decir que constituyen marcas (en el sentido en que se marca un territorio) del ámbito⁴. Falta decir que es preciso encontrar el modo de articular este ámbito de práctica social con la actividad discursiva. La dificultad proviene del hecho de que estos ámbitos de práctica son demasiado extensivos y englobantes para que puedan extraerse regularidades discursivas. La propuesta siguiente consiste precisamente en estructurar el ámbito de la práctica social en un ámbito de la comunicación, lo que constituye una respuesta posible a esta cuestión. A la espera de esto, se tomará en cuenta que, si se quieren estudiar los discursos que se despliegan y circulan en los lugares sociales, no se puede prescindir

de una categorización de estos.

En lo que respecta a los tipos de actividad lingüística, el problema que se plantea es saber a qué corresponden desde el punto de vista de la producción lingüística: ¿corresponden a operaciones mentales o son modos de organización textual? Al leer los trabajos acerca de esta problemática, dos tendencias parecen desprenderse.

Una, que se denomina cognitiva, en la medida en que se relaciona con una teoría cognitiva general acerca del lenguaje. Esta tendencia consiste en describir las operaciones del pensamiento que se encontrarían en correspondencia con tal o cual organización textual. Esta posición postula que existirían en la mente esquemas abstractos ordenados (*scripts*) que desempeñarían el rol de prototipos originales a partir de los cuales se ordenaría un mecanismo de proyección en el discurso (*down*), cuando se trata de dar cuenta del proceso de producción de textos o hacia los cuales se ordenaría un mecanismo de reconstrucción del esquema (*up*), cuando se trata de dar cuenta del proceso de comprensión. Por ello, los psicolingüistas se apoyan para sus descripciones o experimentos en marcas formales (“marcaje morfológico”), pero que aquí solo cumplen la función de rasgos reveladores de estas operaciones (ver Caron, 1989).

La otra tendencia, que se podría llamar semiodiscursiva, consiste en considerar que, siendo todo texto heterogéneo, no es este el que puede ser clasificado sino aquel que, en un nivel más abstracto, constituye su estructura. Por tanto, se puede considerar que los esquemas, aunque dependen de operaciones mentales, no son procesos de generación/comprende del texto sino el reflejo de su “arquitectura”, como lo dice Adam (1992). Para este autor, las categorías prototípicas homogéneas que constituyen esta estructura son “secuencias autónomas” (relato, descripción, explicación, argumentación y diálogo) cuya configuración se descubre por los haces de regularidades que se encuentran en el texto. Para otros, se trata aquí de un conjunto de procedimientos, lo que yo mismo he llamado “modos de organización del discurso” (narrativo, descriptivo, argumentativo) (Charaudeau, 1992), que deben ser considerados como mecanismos de construcción del discurso de los cuales dispondría el sujeto hablante para organizar su intención discursiva, y no como el esquema del texto.

Esto no impide que estas dos tendencias planteen la cuestión de lo que sería un nivel de organización del discurso que no sea aquel de la configura-

ción formal, estando ambas ligadas a las marcas formales de los textos, pero sin ser completamente dependientes. Al respecto, se puede señalar la interesante propuesta de Bronckart (1994) que distingue “tipo” de “género”, “en ce que [le type] constitue un segment de texte, et d'autre part en ce qu'il implique une possibilité d'identification sur la base de ses propriétés linguistiques”. En efecto, se sabe, por una parte, que un procedimiento de organización o de esquematización (argumentativa, por ejemplo) puede ser configurado de diversas maneras —incluso bajo una apariencia narrativa— y, por otra parte, que cualquier tipo de texto (por ejemplo, el publicitario) puede mezclar varios de estos procedimientos. Además, parece que este nivel de organización del discurso no está ligado a un ámbito de la práctica social. Se verá que la propuesta que sigue consiste en asumir en este nivel la función de articulación entre el lugar de las prácticas sociales y aquel de la configuración textual.

Intentar clasificar los textos a partir de la ocurrencia de las marcas formales plantea otro tipo de problemas. Si tomamos un texto, podemos encontrar regularidades significativas (el empleo de expresiones impersonales, conectores, formas temporales, pronombres, etc.); luego, si tomamos otros textos que parecen pertenecer al mismo género (no se plantea aquí la cuestión del punto de vista.); se constata que de un texto a otro ciertas formas son diferentes y otras semejantes. Se concluirá a partir de esto que este conjunto de textos se caracteriza por ciertas ocurrencias formales, lo que permitirá conformar una clase, un tipo o un género. Pero, entonces, aparecen dos problemas.

El primero, relacionado con el sentido en que estas formas pueden ser significativas. Esto se conoce como el fenómeno de la polisemia de las formas tanto léxicas como gramaticales que hace que no se esté seguro de que una misma forma que se encuentra en varios textos tenga el mismo significado. La “interrogación” puede corresponder a una categoría de *solicitud de decir* o de *solicitud de hacer*, de *demanda o conminación*, de *solicitud de información* o de *solicitud de validación*. Las “formas impersonales” y las “nominalizaciones” pueden tener una función de *distanciación* con fines de neutralización de la subjetividad del sujeto hablante (como en los textos administrativos o científicos), o la puesta en marcha de *presupuestos de evidencia* (como en los textos políticos o los títulos de los periódicos). Esta poli-pertenencia de las formas a categorías diferentes constituye un primer obstáculo —ciertamente, no insupe-

ble— de una clasificación de los textos a partir de sus ocurrencias formales.

El segundo problema, correlativo con el precedente, reside en el hecho de que no se sabe si estas ocurrencias garantizan su relación con un tipo de texto. Lo que está en cuestionamiento aquí es saber si las ocurrencias formales son exclusivas o solamente específicas de un tipo de texto. Si son exclusivas, se contará con una base para determinar un género textual, pero a condición de probar la exclusividad mediante un trabajo de comparación sistemática con otros tipos de textos. Si son específicas —es decir, propias de un tipo de texto, pero no exclusivas de éste—, entonces, hay muchas posibilidades de que los textos que se reagrupan en torno a esta especificidad constituyan una clase heterogénea con respecto a la situación. Por ejemplo, podríamos reagrupar en una misma clase un texto llamado administrativo, un texto didáctico, un texto científico o un texto periodístico, por el hecho de que tendrían en común las mismas características formales (nominalizaciones, expresiones impersonales, presencia de *se*, construcción apositiva de las frases, etc.). Evidentemente, se podría responder que esto no impide considerar que cada uno de estos tipos de textos se caracterice por estas regularidades formales a las cuales se agregan otras y que es esta suma la que constituye la especificidad del género. Sí, pero esto remite al mismo tiempo a una última pregunta: ¿A qué criterios se recurre para decir que un texto sea administrativo, político, didáctico o científico? ¿se da por adquirido lo que debe ser demostrado? Se presupone que está relacionado con un texto administrativo y luego se dan las características formales que le son específicas y no excluyentes. Ahora bien, precisamente, la pregunta se plantea para determinar en qué aspectos este texto puede ser llamado administrativo. Y henos aquí de vuelta a la casilla de partida, es decir, a la cuestión del ámbito de la práctica social. Las características formales no serían sino rasgos caracterizadores que aportarían a los textos propiedades *específicas*, y no rasgos definitorios que aportarían a los textos propiedades *constitutivas*.

Al plantear el problema de los géneros textuales, oponiendo lo que sucede más allá de la producción lingüística —las condiciones de producción aportadas por los ámbitos de la práctica— a lo que sucede en la superficie —las características formales de los textos—, interrogándose de paso acerca del lugar que ocupan las actividades lingüísticas, parece que la cuestión de fondo que se plantea es aquella de las coacciones y de la libertad de que dispone el sujeto

hablante. Aceptar que existen géneros, es reconocer que la producción lingüística está sometida a limitaciones. Pero ¿en qué nivel intervienen estas limitaciones? Si actúan en la superficie, en el nivel de las características formales, el sujeto, entonces, ya no tiene libertad. Estaría obligado, para hacer reconocer el género en el cual se expresa, a meterse de antemano en el molde de las formas codificadas, a expresarse de manera perfectamente conforme a estas imposiciones y a desaparecer, pues, como sujeto. Hablar, escribir, expresarse, serían muestras de una actividad de *recitación*, como es el caso cada vez que se dice una oración litúrgica o que se repite un texto sagrado. Si, por el contrario, las limitaciones actúan desde arriba, esto querría decir que el sujeto estaría completamente determinado por el lugar que le da el dispositivo del ámbito de la práctica social, y que importaría poco su manera de hablar, estando todo ya representado de antemano. La propuesta siguiente intenta responder a este dilema.

Una propuesta

Diremos, primero, a la manera de Bajtin (1984), que el sujeto hablante necesita pistas para poder inscribirse en el mundo de los signos, para significar sus intenciones y comunicar. Esto resulta del proceso de socialización del sujeto mediante el lenguaje y del lenguaje mediante el sujeto, ser individual y colectivo. Estos se construyen conjuntamente, por el uso, la normalización de los comportamientos, el sentido y las formas que el sujeto registra en su memoria. Esto permite plantear la hipótesis de que existen en el sujeto tres memorias que testimonian el modo en que se constituyen las comunidades.

Una “memoria de los discursos” que se construye a partir de los saberes del conocimiento y de las creencias⁵ sobre el mundo. Estos discursos circulan en la sociedad, se instituyen como representaciones⁶ alrededor de las que se construyen identidades colectivas que fragmentan, así, la sociedad en “comunidades discursivas”⁷. Es sobre esta memoria de los discursos que actúa la publicidad a través de sus eslóganes, tal como: “Obernai, la primera gran cerveza con menos de un tercio de calorías”, que apela a las representaciones compartidas en torno al efecto de las calorías, de la esbeltez del cuerpo como valor del mundo moderno, por el hecho de que son más bien los hombres los que beben cerveza, y que las mujeres podrían también ser consumidoras de esta bebida. Así, las comunidades discursivas reúnen

—virtualmente— sujetos que comparten la misma posición, los mismos sistemas de valores, ya sea de opiniones políticas, de juicios morales, de doctrinas, de ideologías, etc.

Una “memoria de las situaciones de comunicación” como dispositivos que norman los intercambios lingüísticos y que se definen mediante un conjunto de condiciones psicosociales de realización, de manera que los participantes puedan ponerse de acuerdo sobre lo que está en juego en el intercambio, puedan establecer un contrato de reconocimiento, condición de la construcción recíproca y diferenciada del sentido. Así se constituyen las “comunidades comunicativas”. Es esta memoria comunicacional la que permite hacer la diferencia entre una representación de la muerte cuando es tratada por los medios masivos de información y cuando es tratada por la publicidad comercial, de aceptar la primera y rechazar la última⁸. Ya no se trata aquí de la representación del contenido, de lo que se ha mostrado, sino del lugar situacional en el cual se ha mostrado. Las comunidades comunicativas reúnen, esta vez físicamente,⁹ sujetos que comparten la misma visión (representaciones) de lo que deben ser las constantes de las situaciones de comunicación. Por ejemplo, considerar que los discursos políticos se deben interpretar en forma diferente según se trate de un *meeting*, una manifestación, un coloquio, un debate, una conversación amistosa, etc.

Una “memoria de las formas de los signos” que sirven para intercambiar (sean estos verbales, icónicos, gestuales), no como sistemas sino la manera como se emplean, es decir, a través de su uso. Estos signos se organizan en *maneras de decir* más o menos rutinarias, como si lo que importara del lenguaje no fuera lo que se dice sino su ejecución. Así, se constituyen comunidades del “saber decir”, otros dirían de “estilo”, alrededor de maneras de hablar, razón por la cual se puede hablar aquí de “comunidades semiológicas”¹⁰. Es esta memoria semiológica la que hace posible que los individuos puedan emitir juicios de orden estético, ético, pragmático u otro sobre la manera de comportarse y de hablar según las normas sociales que se suponen compartidas. La comunidad semiológica es, pues, igualmente una comunidad virtual de sujetos que se reconocen a través de la “rutinización” de las formas de comportamiento y del lenguaje.

Dada la relación de “consustancialidad” que mantiene la situación, sentido y formas, es razonable formular la hipótesis, correlativa con la precedente,

que se establece una articulación estrecha entre estos tres tipos de memorias, y, mucho más, entre la situación de comunicación, que es un elemento de estructuración de la práctica social y la normalización-codificación de las prácticas lingüísticas. Se puede, pues, sostener la idea de que el sujeto social se dota de géneros empíricos y que, a través de las representaciones que tiene por su aprendizaje y su experiencia, las erige en normas de conformidad lingüística y las relaciona con lugares de práctica social más o menos institucionalizados.

Diremos, a continuación, que un análisis de los géneros debe apoyarse en una teoría del hecho lingüístico, dicho de otra forma, en una teoría del discurso de la cual se pueda conocer los *principios generales* sobre los cuales se fundan los *mecanismos* que lo ponen en marcha. Toda teoría del discurso implica, pues, la determinación de diferentes niveles de organización del hecho lingüístico. Ya he expuesto aquí y en otras partes los aspectos de una teoría psicosocio-comunicativa (que llamo "semio-discursiva") en la cual me inscribo. Retendré aquí, pues, solo los aspectos que me parecen más pertinentes para explicar mi posición acerca de la cuestión de los géneros.

En el nivel de los principios generales, que tienen por función fundar la actividad lingüística¹¹, retendré más particularmente el "principio de influencia" que está en el origen de ciertos *objetivos* (ver más adelante), los cuales determinan la orientación del acto de lenguaje como un acto de comunicación en función de la relación que el sujeto hablante quiere instaurar frente a su destinatario.

El nivel de los mecanismos de la puesta en marcha es doble. Comprende, por una parte, el que estructura el ámbito de la práctica en ámbito de la comunicación, a saber, un conjunto de *situaciones de comunicación*, y por otra, el que ordena la *puesta en discurso*, a saber, un conjunto de procedimientos semio-discursivos.

La situación de comunicación es el lugar donde se instituyen las restricciones que se ponen en juego en el intercambio; estas restricciones que provienen a la vez de la *identidad* de los participantes y del lugar que ocupan en el intercambio, de la *finalidad* que los une en términos del objetivo, del *propósito*, que puede ser invocado y de las *circunstancias* materiales en las cuales se realiza. Cuando un conjunto de situaciones comparten las mismas características,

aunque algunas sean diferentes, esto quiere decir que se encuentran en un mismo ámbito de comunicación (por ejemplo, las situaciones de un *meeting*, de una declaración televisada, de un programa electoral forman parte del ámbito de la comunicación política). De estos componentes, retendré más particularmente aquí aquel de la *finalidad*, porque es esta la que, seleccionando un tipo de objetivo, determina la orientación discursiva de la comunicación. Es evidente, sin embargo, que no se puede disociar estos componentes y que concurren conjuntamente para definir lo que está en juego en la comunicación. Este nivel es metodológicamente aquel por el cual debe comenzar el análisis de los discursos.

La puesta en discurso es el lugar donde se instituyen, bajo el efecto de las restricciones de la situación, las diferentes "maneras de decir" más o menos codificadas. Este lugar es, pues, también un lugar de restricciones, pero es preciso distinguir aquí las *restricciones discursivas* de las *restricciones formales*. Esta distinción se hace necesaria para resolver el problema señalado más arriba, producto del hecho de que varios textos pueden dar la impresión de pertenecer a una misma clase de textos, aun cuando algunas de sus formas sean distintas. Lo que se desprende de las restricciones discursivas dice relación con las actividades de planificación del discurso (los modos discursivos), sin que pueda ser determinada de manera automática la forma exacta del producto final. Lo que se desprende de las restricciones formales, por el contrario, corresponde a un empleo obligatorio de las maneras de decir que se encuentran necesariamente en todo texto que pertenece a la misma situación.

Para ilustrar inmediatamente el valor explicativo de estos tres niveles y antes de precisar su función, citaremos el caso de los títulos en la prensa. Estos se inscriben en una situación de comunicación periódica que se inscribe, a su vez, en el ámbito de la comunicación mediática por su finalidad que selecciona un objetivo de *información*. Estas circunstancias situacionales apelan a una restricción discursiva de *anuncio* de las noticias que apelan, a su vez, a la restricción formal de *titulaje*. Se ve así que se podría hablar de géneros en cada uno de estos diferentes niveles: el género de *información* determinado por el ámbito mediático, el género *periodístico* determinado por la situación, el género *anuncio* determinado por la restricción discursiva, el género *titulares* determinado por la restricción formal.

De los objetivos a las restricciones situacionales

Los objetivos corresponden a una intencionalidad psicosocio-discursiva que determina la postura del sujeto hablante en el acto de lenguaje y que parte del intercambio lingüístico mismo. Los objetivos deben ser considerados desde el punto de vista de la instancia de producción que tiene en perspectiva un sujeto destinatario ideal, pero evidentemente deben ser reconocidos como tales por la instancia de recepción¹²; es preciso que el locutor y el interlocutor puedan apelar a ellos. Corresponden, pues, a actitudes enunciativas de base que se encontrarían en un corpus amplio de actos comunicativos agrupados en función de su orientación pragmática, pero más allá de su anclaje situacional. Los tipos de objetivos son definidos por un doble criterio: la intención pragmática del *yo* en relación con la posición que ocupa como enunciadador en la relación de fuerza que lo une al *tú*; la posición que al mismo tiempo *tú* debe¹³ ocupar. Sin entrar en detalles, se describirán aquí seis de los principales objetivos:

- el objetivo de “prescripción”: *yo* quiere “hacer hacer”, y tiene la autoridad de poder sancionar; *tú* se encuentra, pues, en posición de “deber hacer”.
- el objetivo de “solicitud”: *yo* quiere “saber”, y está, pues, en posición de inferioridad de saber frente al *tú*, pero legitimado en su solicitud; *tú* está en posición de “deber responder” a la solicitud.
- el objetivo de “incitación”: *yo* quiere “hacer hacer”, pero al no estar en posición de autoridad, no puede sino incitar a hacer; debe, entonces, “hacer creer” (por persuasión o por seducción) al *tú* que será el beneficiario de su propio acto; *tú* está, pues, en posición de “deber creer” que si actúa es por su bien.
- el objetivo de “información”: *yo* quiere “hacer saber”, y está legitimado en su posición de saber; *tú* se encuentra en la posición de “deber saber”¹⁴ algo sobre la existencia de los hechos, o sobre el por qué o el cómo de su surgimiento.
- el objetivo de “instrucción”: *yo* quiere “hacer saber-hacer” y se encuentra a la vez en posición de autoridad de saber y de legitimación para transmitir saber; *tú* está en posición de “deber saber hacer” según un modelo (o modo de empleo) que es propuesto por *yo*.
- el objetivo de “demostración”: *yo* quiere “establecer la verdad y dar pruebas” según una cierta posición de autoridad de saber (erudito, especialista,

experto); *tú* está en posición de tener que recibir y “tener que evaluar” una verdad y tener, pues, la capacidad de hacerlo.

Para evitar cualquier malentendido, conviene precisar aquí lo que no son estos objetivos. No constituyen esquemas abstractos de un texto, puesto que se sitúan por encima de éste en la conceptualización de una intención discursiva que no prejuzga lo que debe ser la organización textual. No corresponden a “actos de habla”¹⁵, en el sentido de la pragmática, aunque comparten con estos el hecho de que se trata de una co-enunciación intencional que está marcada por el efecto que ella es susceptible de producir. Los actos de habla son unidades más finas que se sitúan en un nivel más comprometido en la realización discursiva, es decir, el enunciado. En efecto, un acto como aquel de “prometer”, según el contexto, podrá corresponder a un objetivo de prescripción, de incitación o de información. Estos objetivos no corresponden tampoco a las “funciones del lenguaje” tal como fueron definidas por Jakobson (1963), puesto que aunque hubiesen afinidades entre algunas de estas funciones y los objetivos, estos son, en esta ocasión, muy distintos a aquellas. La función conativa, por ejemplo, puede insertarse en un objetivo prescriptivo, solicitativo o incitativo. Además, las funciones referencial, metalingüística o poética serían consideradas más bien funciones internas del lenguaje que objetivos comunicativos intencionales. Finalmente, estos objetivos no pueden constituir un principio de tipologización de los textos, puesto que se encuentran más allá de la configuración textual y no permiten prejuzgar lo que será dicha configuración. Reunir todos los textos que corresponden a un objetivo de información llevaría a constituir un conjunto heterogéneo desde el punto de vista de su situación de empleo. Sin embargo, estos objetivos son necesarios para definir estas situaciones, como lo vamos a ver ahora.

Cada situación de comunicación selecciona para definir su finalidad uno o varios objetivos de los cuales, generalmente, uno o varios (a veces, dos) entre ellos es dominante¹⁶. Así, la situación de comunicación mediática puede invocar objetivos: de *instrucción* (en sus secciones de asesoramiento), de *incitación* (en sus títulos conmovedores), de *demostración* (cuando se da la palabra a expertos). Pero lo hace bajo el objetivo dominante de información (es decir, de aquel que determina las reglas del juego del contrato de comunicación). Más exactamente, lo hace, como lo muestra el análisis, con un objetivo dominante doble: de *información*, para responder a la exigencia democrática de hacer que la opinión pública sea

ilustrada acerca de los acontecimientos que se producen en el espacio público; de *incitación*, para responder a la exigencia de la competencia comercial que desea que este discurso se dirija a un grupo más grande y busca, pues, captarlo (ver Charaudeau, 1997). Por el contrario, la situación de comunicación publicitaria tiene solo un objetivo de información y se justifica a través de un objetivo de incitación. No hay, pues, correspondencia biunívoca entre objetivo discursivo y situación de comunicación, una misma situación invoca varios objetivos o un mismo objetivo puede encontrarse en diferentes situaciones. Por ejemplo, el objetivo de *prescripción* en situaciones que deben hacer conocer: las reglas de la conducción automovilística (código del tránsito), las leyes que norman la conducta cívica (código civil), las reglas que regulan la vida de la empresa (reglamento interno); el objetivo de *incitación* en situaciones donde se busca orientar la conducta de los individuos (fijación de anuncios publicitarios, reuniones electorales, campañas de prevención); el objetivo de *información* en situaciones donde se busca guiar al ciudadano o al usuario (periódicos, centros de acogida, boletines y circulares, fijación de anuncios públicos).

Como se ha dicho, la *finalidad* y el objetivo que esta selecciona, no conforma el todo de la situación de comunicación. Pero, ella es uno de los elementos esenciales que se combina con las características de los otros componentes: la *identidad* de los participantes (por ejemplo, para la comunicación mediática, la instancia informativa, por un lado, y la instancia ciudadana, por otro; para la comunicación publicitaria, la instancia publicitaria, por un lado, la instancia consumista, por otro); el *objeto del discurso* y su estructuración temática (por ejemplo, para los medios masivos de comunicación, los acontecimientos del espacio público; para la publicidad, el sueño de bienestar del individuo); y las *circunstancias* que precisan las condiciones materiales de la comunicación (la radio, la prensa, la televisión, para los medios de comunicación masivos; la fijación de anuncios en la calle, los *spots* televisados, los insertos en las revistas, para la publicidad).

La situación de comunicación es, pues, lo que determina a través de las características de sus componentes las condiciones de producción y de reconocimiento de los actos de comunicación, condiciones de enunciación bajo su aspecto externo. En consecuencia, estructura el ámbito de la práctica —que es sociológicamente vasto— en el ámbito de la comunicación. Este último, al ser en cierta manera el resultante de todas las situaciones de comunicación, es al

mismo tiempo —y por efecto de retorno— el lugar donde se encuentran las condiciones generales que deben satisfacer los componentes de las diferentes situaciones de comunicación de las que forman parte. Esto quiere decir que cada situación de comunicación particular, inscribe, a la vez, en el nivel de sus componentes, los datos generales que informan al ámbito de lo que pasa y aporta especificaciones que le son propias. Por ejemplo, el ámbito de la comunicación política hace saber un cierto objetivo (incitación), una cierta identidad de los interlocutores (responsable político/ciudadano/adversario), un cierto objeto del discurso (el ideal del bienestar social), componentes que se encuentran en cualquier situación particular, ya sea en un *meeting*, en un libelo, en una declaración radiofónica, etc. Lo mismo vale para los ámbitos de la comunicación mediática o publicitaria, cuyas condiciones generales se encuentran más arriba evocadas, en cualquier situación particular (prensa, radio o televisión). Por ello, se puede hablar de “contrato de comunicación”: todo ámbito de comunicación propone a sus interlocutores un cierto número de condiciones que definen las reglas del juego del intercambio comunicativo, cuyo reconocimiento permitiría la intercomprensión. Las situaciones particulares se considerarían, en tal caso, como variantes (o subcontratos) de un contrato global.

Esta noción de contrato permite reunir los textos que participan de estas mismas condiciones situacionales. Así, se pueden construir corpus, ya sea en torno al contrato global de comunicación (corpus de textos publicitarios, corpus de textos de información mediática, corpus de textos políticos), ya sea en torno a variantes más específicas (corpus de *spots* publicitarios, distinto de un corpus de afiches públicos; corpus de crónicas políticas, distinto de un corpus de crónicas radiofónicas; etc.). Dicha tipología no es, evidentemente, el único principio de clasificación de los textos. No permite, por ejemplo, distinguir, al interior de la clase de textos periodísticos, las diferencias que existen entre diferentes tipos de crónicas o de artículos. Es preciso, pues, tratar ahora de revisar un poco más de cerca lo que sucede en el nivel de la construcción discursiva.

Del contrato a las restricciones discursivas

Las restricciones situacionales del acto de comunicación deben ser consideradas como datos externos, pero ellas solo tienen razón de ser cuando se tiene por finalidad construir discurso; responden a la pregunta “se está allí ¿para decir qué?”, y, al hacer esto,

generan instrucciones que deben encontrar su correspondencia en un “¿decir cómo?”. El lazo entre los datos externos y la construcción discursiva es de causalidad, pero esta no se establece en una correspondencia uno a uno. Dichas restricciones determinan lo que debe ser el marco del procesamiento lingüístico en el cual van a ordenarse. Así, se observará que las circunstancias de la finalidad, a través de sus objetivos, determinan una cierta elección de los *modos enuncivos* (descriptivo, narrativo, argumentativo)¹⁷ que debe emplear el sujeto hablante; los datos de la identidad de los interlocutores determinan ciertos *modos enunciativos* (alocutivo, elocutivo, delocutivo) con los cuales el mismo sujeto debe comprometerse; los datos del objeto del discurso determinan ciertos *modos de tematización*, es decir, la organización de los temas y subtemas por tratar; los datos de las circunstancias materiales determinan ciertos *modos de semiologización*, es decir, la organización de la escenificación material (verbal y/o visual) del acto de comunicación. Las limitaciones discursivas no corresponden a una imposición de uso de tal o cual forma textual, sino a un conjunto de comportamientos discursivos posibles entre los cuales el sujeto comunicante elige aquellos que son susceptibles de satisfacer las condiciones de los datos externos.

Para ilustrar el orden de las limitaciones discursivas, retomaré, simplificando, aquellas que ya he descrito a propósito del contrato mediático (Charaudeau, 1997). Los objetivos de información y de incitación que las caracterizan determinan un marco de tratamiento en el cual la instancia mediática tiene que: dar cuenta del evento para transformarlo en noticia (“evento informado”), utilizando procedimientos descriptivos y narrativos, a veces objetivados (credibilidad), a veces dramatizados (captación); explicar el evento (“análisis y comentario”), utilizando procedimientos argumentativos; producir un acontecimiento (“acontecimiento provocado”), utilizando procedimientos de puesta en interacción (debates, conversaciones, entrevistas). La importancia atribuida a los interlocutores de este contrato (la identidad) determina un marco de tratamiento enunciativo en el cual la instancia mediática debe construirse una imagen de enunciador neutro, no implicado y distante, y debe construir una imagen de la instancia destinatario que debe ser referida (en nombre de la ciudadanía), que tiene afectos (en nombre de la naturaleza humana) y que intenta comprender (en nombre del espíritu de la simplicidad). El tema determina una racionalización del tratamiento temático en torno a los acontecimientos seleccionados en función de su potencial de “ac-

tualidad”, de “proximidad” y de “desorden social”.

Como se ha dicho anteriormente, se puede considerar el lugar de las restricciones discursivas como un lugar intermedio entre los datos de las restricciones situacionales y la configuración textual. Permite resolver el problema evocado más arriba de las variantes de formas al interior de una misma situación de comunicación. Si la situación de comunicación mediática diera directamente instrucciones de forma, todos los periódicos, o algo semejante, se parecerían. Si son diferentes, es en virtud de la elección de las formas (al mismo tiempo, reveladoras de ciertos posicionamientos). Pero si son reconocidos al mismo tiempo como periódicos de información, es porque respetan lo esencial de las restricciones discursivas de la descripción y del comentario del acontecimiento mediante la aplicación de procedimientos de orden narrativo, descriptivo y argumentativo adecuados. Por lo que se ve, estos procedimientos no son tampoco tipos discursivos; son lo que significa el término procedimiento: una herramienta al servicio de la realización de las restricciones discursivas.

De las restricciones discursivas a las restricciones formales

El aprendizaje del lenguaje no puede hacerse sino por la apropiación progresiva de las formas de uso, formas repetitivas que llegan a ser rutinarias y se fijan como “maneras de decir”. Pero como estas maneras de decir dependen de la situación de comunicación —es la hipótesis de partida—, la “rutinización” en cuestión se configura en formas que se hacen eco de las exigencias de las restricciones situacionales a través de las restricciones discursivas. En este nivel, no se trata de considerar que el ordenamiento de estas formas obedece a reglas, sino más bien a normas de uso más o menos codificadas, cuyas formas que las expresan pueden ser objeto de variantes. Así, si todo discurso publicitario, por sus restricciones situacionales o discursivas, debe presentar las cualidades del producto como un eslogan (o de un lema), y que ese eslogan debe ser enunciado en forma breve, no impide que las construcciones frásticas con las cuales se enuncian sean muy variables. Si el discurso de información, por sus restricciones situacionales y discursivas, debe ser objeto, en la prensa, de un anuncio de una noticia con títulos relativamente cortos, no impide —la comparación de estos lo muestra— que estos aparezcan en construcciones frásticas diversas, sin, incluso, decir que la construcción nominalizada sea predominante, pues-

to que esto depende de los periódicos y del tipo de noticia anunciada.

Todos los componentes de la situación de comunicación condicionan las formas, a través de las restricciones discursivas, pero las circunstancias materiales son quizás aquellas que influyen más directamente sobre las formas, lo que se explica porque estas inducen “dispositivos materiales”. Esto comienza por la exigencia de formas de oralidad o de escritura según si el dispositivo pone a los interlocutores del intercambio en co-presencia física en una situación interlocutiva o monolocutiva, lo cual justificará el canal de transmisión, ya sea fónico o escritural. Si se está, por ejemplo, en una situación de interlocución, esto se logra por los roles que son atribuidos a los diferentes interlocutores del intercambio, roles que harán que los turnos de habla y las actitudes enunciativas no sean las mismas, por ejemplo, en una conversación, una entrevista o un debate (ver Charaudeau, 1986, 1992). Por el contrario, si se está en una situación monolocutiva, sin co-presencia física de los interlocutores, serán aún los términos del dispositivo los que harán que la forma de presentación de un mensaje no sea la misma, ya sea la comunicación mediante una carta escrita, correo electrónico o telegrama. Es a partir de estas circunstancias que he podido proponer, en mi trabajo de análisis del discurso de la información mediática, una tipología fundada, en primer lugar, en el “dispositivo como materialidad de la escenificación” (lo que permite decir que la radio es esencialmente un dispositivo de *contacto*, la televisión un dispositivo de *espectáculo* y la prensa un dispositivo de *legibilidad*); y, luego, en los diferentes procedimientos que son utilizados para construir diversos “dispositivos escénicos” (entrevistas, reportajes, titulación, etc.) (Charaudeau, 1986, 1992, 1997).

Es, pues, en este nivel donde se construye el *texto*, si se entiende por texto, el *resultado de un acto de lenguaje producido por un sujeto dado en una situación de intercambio social dado*. Por el hecho de que es un acto de lenguaje, se caracteriza por las propiedades generales de todo hecho lingüístico, a saber, su materialidad significativa (oral, escritural, mimogestual) y sus condiciones de construcción lingüística (morfológica, sintáctica). Por el hecho de que es producido en una situación contractual, depende para su significación de lo que caracteriza una situación (finalidad e intención enunciativa, identidad de los interlocutores, problema temático y circunstancias materiales particulares). Por el hecho de que tiene su origen en un sujeto, este texto se presenta, a la vez,

con las propiedades de la situación que lo determina en parte, y con propiedades singulares por el hecho de la intervención individualizada de aquel. Es por ello que se puede decir que todo texto es singular, a menos que no sea la simple copia de otro. Todo texto se inscribe, pues, en un *continuun* que está delimitado por una apertura y un cierre —que le dan las condiciones situacionales y discursivas—, y se caracteriza por una coherencia interna que le da una estructura, dispuesta para una existencia más o menos autónoma.

Pero si se trata de clasificar textos, es preciso considerar sus puntos comunes y no sus diferencias. Sus puntos comunes se deben encontrar en tres niveles: en los componentes del contrato situacional, en las categorías de las restricciones discursivas y en los diferentes aspectos de la organización formal del texto. En este último nivel, se trata de extraer las ocurrencias formales en los siguientes ámbitos: aquel de la *realización textual*, a saber, la disposición del paratexto, por ejemplo, la composición de las páginas de un periódico en secciones, rúbricas y subrúbricas (Genette, 1982); aquel de la *composición textual* interna, a saber, su organización en partes, la articulación entre ellas y los juegos de estas y los juegos de reanudaciones y remisiones de una a la otra (por ejemplo, la composición de una tesis —variable según de la disciplina— en sus diferentes partes)¹⁸; aquel de la *fraseología*, a saber, el empleo recurrente de las locuciones, fórmulas breves y otros giros¹⁹; aquel, finalmente, de la *construcción gramatical*, a saber, la recurrencia de los tipos de construcción (activa, pasiva, nominalizada, impersonal), de las marcas lógicas (los conectores), de la pronominalización, de la anaforización, de la modalidad y de todo lo que concierne al aparato formal de la enunciación. Sería necesario, quizás, agregar aquel de las recurrencias léxicas, pero este aspecto de las características formales es aleatorio, pues la repetición y la isotopía léxicas son muy dependientes de la temática, y son sólo recuperables en textos fuertemente marcados²⁰.

Veamos algunos casos que muestran que la relación de incidencia que se establece entre estos tres niveles de restricciones es variable.

Un caso en que la incidencia es fuerte de un nivel a otro: la comunicación publicitaria (ver Charaudeau, 1994). En el nivel situacional, el objetivo de incitación exige que el producto sea ponderado a través de sus cualidades singulares y excepcionales, de manera que provoque el afecto del supuesto destinatario, y desencadene en él un deseo de apropiación del producto, identificándose con el beneficiario ideal que se

pone en escena. En el nivel de las restricciones discursivas, aparecen para responder a estas circunstancias: un discurso epifánico (anuncio de la singular aparición del producto); un discurso de valorización extrema del producto tanto en sus cualidades intrínsecas (¡es lo mejor!), como en los resultados benéficos que produce su utilización ("usted será la más bella"), lo que lleva a este discurso a amalgamar los contrarios (lo más excepcional y lo más accesible); un discurso que debe hacer funcionar la imaginación, tener el cariz de evidencia, y pueda ser fácilmente repetido, como prueba de su memorización. Por esto, aparecerá, en el nivel formal, eslóganes de frases cortas, que obedecen a un cierto ritmo y juegan con las palabras para fabricar metáforas, algunas realistas, otras extravagantes.

Un caso donde la incidencia es aún fuerte, pero solamente puntual en el nivel de las formas del texto: la crónica cinematográfica (Charaudeau, 1988). En el nivel situacional, el doble objetivo del discurso de información mediática hace que la crónica cinematográfica deba hablar de un film que acaba de aparecer (criterio de actualidad), identificándolo, describiéndolo temáticamente y evaluándolo. En el nivel de las restricciones discursivas, surgen, pues, un discurso de identificación (título del film, autor, actores, género, etc.), un resumen de la historia y un discurso de apreciación que celebra o critica al autor y a los actores. En el nivel formal, aparece una recurrencia de citas (puesta en perspectiva biográfica del film), de términos más o menos técnicos (hablar de la dirección), de adjetivos apreciativos y de frases exclamativas de entusiasmo o de indignación.

Un caso donde las restricciones situacionales y discursivas tienen una incidencia en el nivel de la composición textual interna: el relato periodístico de sucesos. Las restricciones situacionales (informar acerca de los dramas y tragedias de la vida diaria / incitar a interesarse en aquello) hacen que, en el nivel discursivo, el relato parezca un relato fantástico con un cuestionamiento acerca del destino humano. Por esto, la composición textual se caracteriza por: una apertura que presenta el resultado dramático del suceso; un ascenso hacia las causas sin poder jamás proponer una que sea cierta, dejando así al lector en suspenso; un cierre (la caída) que se interroga sobre las desgracias en este mundo y la miseria humana.

Un caso donde las restricciones influyen en el comportamiento lingüístico del sujeto, como en los debates televisados. La circunstancia situacional que lleva al animador reuna a invitados que tienen opiniones contrarias o puntos de vista diferentes (objetivo

de información), impulsándolos a revelar intenciones ocultas y a dar explicaciones sinceras y claras, hace que deba librarse, discursivamente, a un cierto juego de distribución de los turnos de habla y de preguntas (objetivo de incitación). De aquí que el comportamiento lingüístico del animador esté constituido por turnos de habla que presentan a los invitados y los interroga con la ayuda de preguntas, en las que algunas son de información, otras de validación y otras, incluso, de provocación.

Un caso, finalmente, donde, al contrario de los precedentes, la incidencia sobre la organización textual es débil. El caso del prefacio de una obra, donde los datos situacionales se limitan a: a) que el autor del mismo tenga la mayor notoriedad posible, con la esperanza de que el valor de la obra se detecte; b) que ese autor trate el mismo tema pero inscribiéndolo en una problemática más amplia para mostrar su importancia; c) que el mismo autor intente articular su propósito con lo que se dice en la obra, subrayando los aspectos que le parecen más importantes. Pero como el autor del prefacio debe al mismo tiempo justificar su propia notoriedad, buscará hacer gala de singularidad y la composición de su texto podrá ser diferente de otros prefacios. Lo que hace que se reconozca un prefacio reside menos en las recurrencias textuales que en el hecho de que se encuentre al inicio del libro, bajo el título de "Prefacio" y firmado por lo que se llama una personalidad, es decir, por los indicadores que remiten directamente al contrato, lo que combina curiosamente objetivo de incitación y objetivo de demostración. Asimismo, en el caso de lo que Maingueneau y Cossutta (1995) llaman los "discursos constituyentes", la incidencia en las formas es débil. Esto es muy normal, puesto que la finalidad de estos discursos es la de establecer valores, lo que explica que estén más orientados hacia el contenido que hacia la forma. Y cuando los autores de este trabajo identifican características del "código lingüístico" y del "ethos", podemos ver, por una parte, que éstas están asociadas a la definición de los valores proclamados, y, por otra, preguntarnos si estas características no remiten más a las concepciones de escritura de la época que al género mismo. Sea lo que fuere, siguiendo el modelo aquí expuesto, un discurso constituyente, como el discurso filosófico, debería ser clasificado como si se inscribiera en una situación con un objetivo demostrativo, que tiene restricciones discursivas que conducen a definir (modo descriptivo), explicar (modo explicativo), probar (modo demostrativo), valorizar (modalización apreciativa), y cuyas marcas formales son variables según el ámbi-

to de la práctica social (el planteamiento temático), el contexto de los sistemas de pensamiento y la época.

Respuestas a algunos problemas

Terminaré retomando los problemas expuestos al comienzo, para destacar en qué medida esta propuesta aporta respuestas.

En cuanto a la cuestión fundamental de la *articulación* entre el lugar de anclaje social de los discursos y las ocurrencias formales de los textos producidos en ese lugar, vemos, por una parte, que esta articulación es más o menos estrecha, y, por otra, que solo es posible con la condición que este lugar sea en sí mismo estructurado en ámbitos y situaciones de comunicación. Con esta condición, el lugar de anclaje social puede ser considerado como un lugar contractual que determina, a través de las características de sus componentes, un cierto número de datos situacionales, los cuales dan, a su vez, instrucciones para la disposición discursiva. Son, pues, datos situacionales que inducen regularidades discursivas y estas, las formas textuales. Estas últimas están allí solo como indicadores semiológicos que remiten a dichos datos y permiten así al receptor reconocer el género-contrato con el cual está en relación.

Si, en lugar de interrogarse acerca de los datos situacionales, se revisan, por el contrario, las características de los textos, nos damos cuenta, por una parte, que algunas de ellas son más o menos fuertemente recurrentes, y, por otra, que podemos encontrar esas mismas marcas en otros tipos de textos. ¿Qué podemos decir, entonces, del estatus de aquellas ocurrencias que no son exclusivas de un tipo de texto? Seguiré aquí la explicación de Sonia Branca-Rossof (2004a y b) quien, al estudiar cartas de reclamo, extrae un cierto número de locuciones particularmente recurrentes (por ejemplo, las locuciones prepositivas “en respuesta a ...”, “teniendo en cuenta que...”, etc.), y observa al mismo tiempo que esas mismas locuciones se encuentran en otros textos (Branca-Rossof, en prensa). Propone explicar este fenómeno por el hecho de que el uso transporta esas locuciones de un ámbito de práctica a otro y que se crea al mismo tiempo una suerte de “lenguas segundas”. Se podría, pues, concebir que estas formas circulan de un grupo a otro, de una situación a otra, siguiendo el esquema: rutinización de las maneras de decir en una situación de comunicación → uso difuso fuera de la situación de origen²¹ → creación de una segunda lengua → reinversión de esta segunda len-

gua en otras situaciones. Se produciría una especie de “reciclaje” del uso lingüístico como lo vemos en el francés llamado argótico, luego popular y más tarde corriente. Conviene, pues, desconfiar de la aparente ocurrencia de las formas si se quiere concluir la existencia de un género, lo que no excluye que puedan funcionar como indicadores de género.

En cuanto a la cuestión de la *transgresión* de los géneros, es decir, el hecho de que se perciban los indicadores de reconocimiento de un tipo de texto, pero que al mismo tiempo se descubran formas que no se esperan, se puede aportar la explicación siguiente. Si se habla de no respeto de un género, se plantea la cuestión de saber lo que no es respetado: ¿son las formas, las restricciones discursivas o los datos situacionales? Esto depende. Sonia Branca observa en su estudio que ciertas cartas de reclamo respetan las características de apertura y cierre de las cartas, pero están marcadas por una enunciación emotiva, incluso ofensiva, a veces sin fórmula de cortesía. La autora explica estas transgresiones por el ethos, concepto de la retórica que toma siguiendo la redefinición que propone Maingueneau (1984). Si el ethos es “un vocablo fundamental” que debe ser relacionado con “un origen enunciativo, una voz que atestigua lo que se dice”, se puede considerar que el ethos puede ligarse con dos tipos de sujeto: aquel que está inscrito en el contrato de comunicación, formando parte de las restricciones situacionales, y aquel que se vincula con el sujeto en su esfuerzo de individualización. Así, se dirá que un ethos de “cortesía y distanciamiento” está inscrito en el género de la carta de reclamo, como en toda carta administrativa o escrita que tiene un carácter oficial: sujeto marcado por su posición de inferioridad (el administrado) frente a una administración, entidad colectiva ciega, que tiene el poder de ejecución. En consecuencia, la transgresión que se expresa por una ausencia de cortesía y de insultos debe ser considerada en relación con el ethos de un individuo particular²². Pero destacaremos que esta transgresión no cambia en nada el contrato global y, por tanto, el género, si es que las otras restricciones son respetadas, a saber: “descripción de una situación cuyo sujeto es actor”, “evaluación negativa de la situación por el sujeto que es la víctima”, “solicitud de reparación dirigida por la víctima a la instancia que tiene poder de reparación”. Si este no es el caso, estamos frente a otra situación, otro género: la “carta de insulto”.

Pero existen otros tipos de transgresiones. Por ejemplo, la de las campañas publicitarias de Benetton, las que, aunque dan a los afiches el indicador esen-

cial del ámbito de la comunicación publicitaria (el nombre de la marca), tratan asuntos que no se prevén para el contrato publicitario²³. Este, en efecto, excluye que se traten sucesos que se producen en el espacio público o que ponen en cuestionamiento la moral social. Ahora bien, es lo que han hecho las campañas Benetton. El problema planteado por estas no es que hayan tratado la guerra en Bosnia, ni el Sida, ni el racismo, sino que lo hayan hecho en el marco de una publicidad comercial. En otras palabras, lo que se les puede reprochar a estas campañas es haber engañado en los contratos. Se presentan como una campaña humanitaria que responde a un contrato de comunicación cívico: "informar para hacer actuar de manera solidaria", en tanto que su finalidad responde a una campaña comercial, cuyo contrato es de consumo: "seducir para hacer comprar". Se trata, pues, de una transgresión que se apoya en uno de los componentes del contrato de comunicación publicitaria, el *objetivo del discurso*: en lugar de ponderar el mérito de un bien de consumo, aparece una información que remite a la vida pública, social y política. Si este tipo de transgresión se generalizara e invadiera toda la producción publicitaria, se podría concluir, entonces, el cambio de las condiciones del contrato publicitario. Así, surge la posibilidad para los géneros de evolucionar y ser diferentes de una sociedad a otra, según un juego de influencias recíprocas entre contrato 1 → individualización → transgresión o variante → contrato 2. Fue el caso de los títulos de prensa bajo la influencia de la iniciativa tomada por el periódico *Libération*, en los años ochenta, iniciativa que ha sido considerada como una transgresión parcial, después como una variante y, finalmente, se ha generalizado. Fue igualmente el caso de los debates televisados después de las emisiones de Michel Polac, del tipo *Droit de réponse* (*Derecho a respuesta*), las que sin ser reproducidas literalmente han cambiado las circunstancias situacionales y discursivas de este género.

En lo que concierne a las *variantes*, conviene primero precisar que estas no deben ser confundidas con las transgresiones. Lo que caracteriza la variante de un género, es que respeta lo esencial de las características del género, proponiendo otra característica recurrente que viene, no a modificar, sino a especificar uno de estos aspectos. Dicho en los términos de la propuesta aquí defendida, el asunto es más fácil de comprender: una variante no cambia en absoluto las circunstancias situacionales de base del contrato, pero especifica algunos de sus componentes. Por ejemplo, en el contrato de información mediática

se constituyen subcontratos especificados ya sea en el nivel de las circunstancias materiales (escripturalidad de la prensa, oralidad de la radio, audiovisibilidad de la televisión), ya sea en el nivel de las restricciones discursivas (relatar el suceso, comentar el suceso), ya sea en el nivel de la organización formal (anunciar la noticia por los titulares, distribuir las noticias por rúbricas). Por ejemplo, en el contrato del debate televisado (que es en sí mismo un subconjunto del contrato de información mediática), se encuentran las variantes: el *talk show* (tipo *Ciel mon mardi!*), el debate cultural (tipo *Apostrophes*), el debate político (tipo cara a cara electoral). Así, se podrá distinguir, en el interior de la situación de comunicación política, subcontratos: *meetings*, panfletos de programas electorales, declaraciones televisadas, intervenciones en el Congreso Nacional, escritos teóricos y profesiones de fe. Se considerarán al igual que la entrevista y la conversación radiofónicas, dos variantes de interacción, la posición de los interlocutores que son diferentes en cada uno de estos casos: no-jerarquizada en la conversación, jerarquizada en la entrevista.

Además, en esta cuestión se encuentran las variantes relacionadas con el entrecruzamiento de los contratos: los contratos de lo político que se entrecruzan con lo mediático, ya sea en el debate, en la entrevista o en la alocución televisada. Aquí, la dificultad consiste en saber cuál es el contrato que superordena a los otros: ¿el debate político subsume todas las formas del debate (incluido el mediático)? ¿es el debate mediático el que se especifica en debate político? o ¿el debate en general, de acuerdo a una idea que se tiene en una sociedad determinada, está por sobre los otros?

En cuanto al problema de la *clasificación de los textos* en función de los modos discursivos, cuestión que plantea tremendos problemas, parece que este modelo aporta una respuesta. ¿Una receta de cocina depende de un modo explicativo, argumentativo o descriptivo? Si un manual escolar se sirve igualmente de un modo explicativo ¿puede ser clasificado en el mismo género que la receta de cocina? ¿Es lo mismo para los instructivos administrativos?

Si se sigue este modelo, conviene primero preguntarse cuál es el objetivo del contrato situacional en el cual aparecen estos diferentes textos. Se observará, por tanto, que la receta de cocina pertenece a una situación cuyo objetivo es de *instrucción*, el *yo*, considerado con la autoridad de "saber-hacer", procura que el *tú* "sepa hacer" siguiendo el modelo del

“hacer”. Por el contrario, un folleto de una empresa, un prospecto de un organismo público, un catálogo de un museo o una guía turística pertenecen a una situación cuyo objetivo es de *información*, el *yo* es considerado como una autoridad e intenta que el *tú* “sepa”. Por otra parte, los instructivos administrativos pertenecen a una situación cuyo objetivo es de *prescripción*, el *yo* está en la posición de poder, para “hacer hacer” (o no hacer) y procura que el *tú* “haga”. En este nivel de distinción, ya se puede constatar que el uso corriente confunde las pistas de la clasificación empleando un mismo término, “instrucciones”, para textos que pertenecen a situaciones diferentes: “instructivos administrativos” (*prescripción*), “instrucciones de instalación de su ordenador” (*instrucción*). La otra dificultad reside en el hecho de que en una misma obra pueden encontrarse textos que tienen diferentes objetivos. Por ejemplo, en un manual para el ordenador algunos textos tienen el objetivo de *información* (la descripción de los componentes básicos del aparato); otros, un objetivo de *instrucción* (explicación de las posibles maniobras).

Si ahora se revisa lo que pasa en el nivel de los modos discursivos, se constatará que: las recetas de cocina se presentan como una sucesión de acciones que se deben cumplir, utilizando un *modo descriptivo* (descripción de acciones) y no un modo narrativo; las guías y los catálogos identifican y describen lugares, objetos y personas, utilizando igualmente un *modo descriptivo*; los manuales de instrucciones exponen objetivos o problemas y las maneras de resolverlos, utilizando un *modo explicativo*; los instructivos administrativos describen pasos que son órdenes, de “deber hacer”, y utilizan para esto un *modo descriptivo* (estas instrucciones son una suerte de imposiciones que no se explican).

Finalmente, si nos situamos en el nivel de la configuración textual, se puede constatar, como ya se dijo, regularidades más o menos marcadas y sistemáticas, en función de las restricciones discursivas. Por ejemplo, al modo descriptivo de un objetivo de instrucción le corresponden marcas de designación que sirven para identificar objetos y lugares, marcas de calificación más o menos objetiva, todo bajo forma de listado, en una organización más o menos jerarquizada de sucesión de acciones por cumplir, con una modalización alocutiva (“tome”) o delocutiva (“tomar”). Al modo explicativo de un objetivo de instrucción o de información, le corresponde una fraseología logicista, cuya base es siempre un “si..., entonces...”, bajo una modalización unas veces alocutiva (“si usted desea...entonces...”), otras veces delocutiva de obligación

(“se debe..., es preciso..., basta con..., conviene...”). En cuanto al léxico, este será más o menos recurrente según el ámbito temático tratado: a veces, constituido por un verdadero campo léxico como en las recetas de cocina o en los manuales técnicos; mucho menos marcado en otros casos.

Volviendo a la cuestión planteada al comienzo, vemos que un modo discursivo no puede por sí solo constituir un principio de clasificación. La *explicación*, por ejemplo, puede encontrarse en un texto científico, en un manual de instrucciones, en un artículo periodístico, aun cuando cada uno pertenezca a una situación de comunicación que tiene un objetivo diferente (de demostración, de instrucción o de información). Lo que propone este modelo es considerar el resultado de la combinación entre estos diferentes niveles, evitando plantear el problema de los géneros a partir de uno de estos niveles²⁴. En la combinación situación con un *objetivo de instrucción+modo descriptivo+marcas del hacer* (listado y léxico especializado), se relacionan los textos del tipo “receta de cocina”, “instrucciones de instalación”, “prospectos farmacéuticos (posología)”, etc. ; en la combinación *objetivo de instrucción+modo explicativo+marcas gramaticales* (conectores lógicos), se vinculan los “manuales y las guías de instrucciones”; en la combinación *objetivo de prescripción+modo descriptivo+marcas de impersonalización y de obligación* (pronombre *se*, expresiones impersonales, verbos de modalidad), se relacionan los textos del tipo “leyes”, “códigos”, “instructivos administrativos”, etc. Evidentemente, este modo de clasificación recalca la complejidad de algunos casos, pero tiene al menos el mérito de mostrar el por qué de este juego de combinaciones.

CONCLUSIÓN

Al término de esta exposición, no sabría decir en forma acabada lo que deberíamos entender por género: ¿las constantes del contrato situacional?, pero dónde está la marcación formal; ¿las constantes de la organización discursiva?, pero qué podemos decir de su variación; ¿las constantes formales?, pero qué podemos decir de su circulación a través de los diferentes géneros.

Por mi parte, me atengo a esta terminología que tiene el mérito de la claridad: el *contrato* global del ámbito de la comunicación con sus variantes, por lo que remite a las circunstancias situacionales; la *organización discursiva* y sus modos, por lo que remite a las restricciones específicas emanadas de las cir-

cunstancias situacionales; las *formas textuales*, por lo que remite a las ocurrencias formales que dan cuenta de las regularidades, incluso rutinas, de la configuración textual. Se podría, pues, con respecto a estas categorías, hablar de “género situacional” para referirse a las condiciones del contrato²⁵, hablar de “subgéneros” cuando se habla de “subcontratos” que son muchas variantes insertas en un contrato global. Por tanto, lo narrativo, lo descriptivo, lo explicativo y lo argumentativo no serían, en esta perspectiva, géneros, porque cada una de estas categorías de la actividad discursiva reunirían textos que pertenecen a situaciones diferentes y, por este hecho, no podría constituir un criterio de clasificación que corresponda a ámbitos de la práctica comunicativa. Asimismo, una ocurrencia de marcas formales, por muy fuerte que sea, no puede ser por sí sola reveladora de un tipo de texto debido a la circulación de estas marcas entre diversos textos. Estas marcas se considerarán como pistas de lo que imponen las restricciones discursivas y situacionales.

En suma, se puede decir que cuando se trata de niveles diferentes de producción-interpretación del discurso, cada uno de estos aporta un principio de clasificación que le es propio: el nivel situacional que permite reunir textos en torno a características del ámbito de comunicación; el nivel de las restricciones discursivas que debe ser considerado como el conjunto de procedimientos exigidos por las instrucciones situacionales para especificar la organización discursiva; el nivel de la configuración textual cuyas ocurrencias formales son demasiado volátiles para tipificar definitivamente un texto, pero que constituyen sus indicios. Cada uno de estos principios de clasificación es legítimo y puede ser útil según el objetivo de análisis que uno se proponga seguir. La posición aquí defendida es que una definición de los géneros del discurso pasa por la articulación entre estos tres niveles y por la puesta en correlación (y no en implicación sucesiva) de los elementos que cada uno de estos niveles propone. En esta perspectiva, es difícil definir el género como un prototipo o como un esquema abstracto, puesto que hay muchos componentes de orden diferente que intervienen para su composición, a menos que se llegue algún día a construir un modelo cognitivo que logre integrarlos y axiomatizarlos.

Queda una última cuestión, aquella de las “tipologías”. Si es posible establecer clasificaciones según los niveles y los criterios que se acaban de definir, es posible establecer tipologías. Pero ¿cuál es la utilidad de construir tipologías?, ¿por quién y

para quién son establecidas? Estas preguntas merecen ser planteadas puesto que se encuentran en el centro de todo análisis de los discursos: toda clasificación presupone la existencia de categorías, pero en materia de discurso las categorías no tienen (no deberían tener) fundamento ontológico; solamente, un valor operacional para dar cuenta de otra cosa más que de sí mismas. Se podría decir categorías lingüísticas, pero estas se apoyan al menos en un imaginario de sistematicidad que les da un carácter estable. Si una tipología debe ser estable, conviene preguntarse: a) si clasifica discursos (y en qué sentido de este término) o textos; b) si está destinada a dar cuenta de un fenómeno socio-comunicativo empírico —y, en este caso, la tipología no es más que una grilla de lectura inestable que sirve de punto de referencia (según la expresión de Bajtín)—, o si se da como un principio de clasificación absoluto, categorizando y naturalizando los textos de manera definitiva (¿quién no ha soñado con dicha taxonomía!) a fin de construir una máquina de producir un texto (proyecto de la inteligencia artificial); o bien, si ella tiene una finalidad de aplicación para, por ejemplo, proponer a los aprendientes de lengua materna o de lengua extranjera modelos de “cómo escribir, cómo hablar”. Queda abierta, entonces, una gran tarea.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Adam, J.M. (1992). *Les textes: types et prototypes. Récit, description, argumentation, explication et dialogue*. Paris: Nathan Université.
- Bakhtine, M. (1984). *Esthétique de la création verbale*. Paris: Gallimard.
- Benveniste, E. (1969). *Problèmes de linguistique générale*. Paris: Gallimard.
- Bourdieu, P. (1982). *Ce que parler veut dire*. Paris: Fayard.
- Branca-Rossof, S. (1997). Les lettres de réclamation adressées au service de la redevance. *Langage et société*, 81.
- Branca-Rossof, S. (2004a) Des innovations et des fonctionnements de langue rapportés à des genres. *Langage et Société*, 87. [En prensa].
- Branca-Rossof, S. (2004b). Types, modes et genres. *Langage et Société*, 87. [En prensa].

- Bronckart, J.P. (1994). Aspects génériques, typiques et singuliers de l'organisation textuelle; des actions aux discours. En C. López Alonso & A. Seré de Olmos (Eds.), *Langage; théories et applications en FLE* (pp. 73-88). Madrid: ADEF.
- Caron, J. (1989) *Précis de psycholinguistique*. Paris: PUF.
- Charaudeau, P. (1986). L'interview médiatique: qui raconte sa vie? *Cahiers de sémiotique textuelle*, 8-9.
- Charaudeau, P. (1988). La chronique cinématographique. Faire voir et faire parler. En *La Presse. Produit. Production. Réception*, Paris: Didier Erudition.
- Charaudeau, P. (1992). *Grammaire du sens et de l'expression*. Paris: Hachette.
- Charaudeau, P. (1994). Le contrat du débat médiatique. En *La télévision. Le débat culturel. "Apostrophes"*. Paris: Didier Erudition.
- Charaudeau, P. (1994). La publicité, un genre discursif. *Mscope*, 8.
- Charaudeau, P. (1995). Une analyse sémiolinguistique du discours. *Langages*, 117.
- Charaudeau, P. (1997). Les conditions d'une typologie des genres télévisuels d'information. *Réseaux*, 81.
- Charaudeau, P. (1997). *Discours d'information médiatique*. Paris: Ina-Nathan.
- Genette, G. (1982). *Palimpsestes*. Paris: Le Seuil.
- Ghiglione, R. & Charaudeau, P. (1999) *Paroles en images et images de paroles*. Paris: Didier Erudition.
- Halliday, M.A.K. (1973). The functional basis of language. En D. Bernstein (Ed.), *Class, codes and control* (vol.2) London: Routledge & Kegan Paul.
- Halliday, M.A.K.(1974). Dialogue with H. Parret. En H. Parret (Ed.), *Discussing language*. La Haye: Mouton.
- Jakobson, R. (1963). *Essais de linguistique générale*, Paris: De Minuit.
- Maingueneau, D. & Cossuta, F.(1995). L'analyse des discours constituants. *Langages*, 117.
- Richard, J.F.(1990). La représentation de l'action. *Langages*, 100.

NOTAS

- 1 Ver los apuntes del Cediscor nº 1. Un lieu d'inscription de la didacticité, Presses de la Sorbonne Nouvelle, 1992.
- 2 Lo que Maingueneau & Cossuta (1995) llaman los "discursos constituyentes".
- 3 Es, finalmente, llevar al extremo la propuesta de Bourdieu (1982) que dice: "Le pouvoir des paroles n'est autre chose que le pouvoir délégué du porte-parole" por el hecho de que el poder no se encuentra en las palabras sino en las "condiciones sociales de utilización de las palabras".
- 4 Los clásicos habían formulado la hipótesis de una manera quizás demasiado radical en la medida en que para ellos solo se podía ser reconocido y legitimado en un "lugar social" si coincidían el rol lingüístico que se ocupaba y la forma lingüística que se producía. Lo que explica que la forma legitimada podía ser categorizada (Aristóteles). Branca-Rossof (1997) recuerda, citando los trabajos de Collinot, Mazière y Douay- Soublin, que este es el modelo que los jesuitas mantuvieron para las clases de retórica hasta el siglo XVIII.
- 5 Para esta distinción ver nuestro Discours d'information médiatique, Ina-Nathan, Paris, 1997, chapitre 2.
- 6 Se trata de "representaciones socio-discursivas".
- 7 Esta noción, tal como está definida aquí, está en un sentido más restrictivo que aquella propuesta por Maingueneau y Cosutta (1995). Para estos autores, la "comunidad discursiva" incluye los discursos producidos por los diversos tipos de actores de un ámbito institucional dado, su posicionamiento y los modos de vida, normas, etc." que comparten. De hecho, esta definición correspondería al conjunto de las comunidades aquí definidas.
- 8 La alusión que se hace aquí a la publicidad de Benetton corresponde a una camiseta agujereada por las balas y manchada con la sangre de un bosnio, imagen casi banal en la televisión y transgresora en una publicidad (ver más adelante).
- 9 Incluso si los individuos reunidos no se conocen, no se tocan, ni se encuentran juntos en el mismo momento.
- 10 "Semiológico" está tomado aquí en sentido restringido, refiriéndose a la parte formal del signo.
- 11 Los principios de alteridad, de influencia, de regulación, de pertinencia son definidos en Charaudeau (1995).

12 Para que haya intercomprensión, el "sujeto interpretante" que se encuentra en la instancia de recepción debe al menos reconocer el objetivo.

13 "Debe" no tiene el valor de una norma moral. Señala un "horizonte de espera", el lugar (posición y acción) que se atribuye de antemano al tú si quiere entrar en la colaboración del acto comunicativo.

14 Es decir, que no puede no querer saber, "deber saber" que está a menudo justificado a posteriori.

15 A veces, se dice "acto de lenguaje", pero yo mismo empleo esta expresión en un sentido amplio de acto comunicativo; prefiero hablar de "acto de habla" cuando se trata del sentido que le da la pragmática

16 Se toma aquí la idea de dominancia sugerida por Jakobson (1963) a propósito de las funciones del lenguaje.

17 El modo descriptivo sirve para describir un estado de los seres y del mundo; el modo narrativo sirve para describir las acciones humanas, o consideradas como tales, que se originan de un proyecto de búsqueda; el modo argumentativo sirve para describir los razonamientos que se descomponen en "explicativos" cuando la verdad está ya establecida y que es preciso explicar el cómo de los fenómenos, y en "demostrativos" cuando se trata de establecer y probar la verdad. Esta última categoría no confundirla con el objetivo, incluso si es objeto de una misma definición. Aquí se trata de un procedimiento, en tanto que el objetivo es una intención pragmática.

18 Esto es objeto a menudo de instrucciones más o menos precisas como en los consejos que se prodigan en las escuelas, en las escuelas de periodismo y en numerosos manuales modernos sobre cómo escribir, redactar, etc.

19 Por ejemplo, las expresiones del estilo administrativo, como "visto que..." "considerando que...", o las fórmulas que, en los textos periodísticos, preceden las citas, como "según...", "de fuente bien informada...", "si se le cree...", etc.

20 En las recetas de cocina, crónicas gastronómicas, prospectos técnicos, farmacéuticos, etc.

21 Si es cierto que se puede estar seguro de que existe una situación de origen.

22 Esta trasgresión corre el peligro de ser fatal para el individuo en su búsqueda de reclamación por el hecho de que se pueda construir una imagen de "gruñón".

23 Se trata de la publicidad de un producto comercial y no de la publicidad de servicios ni de campañas de prevención.

24 Por ejemplo, la receta de cocina pertenece a un género narrativo, descriptivo o explicativo. No hay una respuesta única a tal pregunta, porque se podría justificar la presencia de estos tres modos discursivos. Por el contrario, una respuesta posible es la combinación de los diferentes niveles.

25 O de "género textual", si se refiere al conjunto de textos reunidos en cuanto a su pertenencia a un mismo contrato.