

PROPUESTA METODOLÓGICA

la previsibilidad como lazarillo para la apropiación de los discursos narrativos

Ana Isabel Zermeño

*Our lives are ceaselessly intertwined with narrative, with the
stories that we tell, all of which are reworked in that story of our
own lives that we narrate to ourselves...*

We are immersed in narrative¹

(Brooks, P., 1984: 3)

Historias de misterio, de suspenso, de amor, de aventuras, de terror, relatos dramáticos, fantásticos, cómicos, musicales, históricos, bélicos... transitan cotidianamente ante nuestros ojos. En la intimidad del hogar, la televisión² surte de imágenes que el receptor entreteje para construir narraciones con actores ajenos a él mismo, o bien, historias que sirven para elaborar la historia cotidiana, la de él con su medio, la de cada uno. Relatos que se muestran con descaro y que nosotros sin recato escudriñamos. Resulta tan normal percibir y entender los diálogos, las escenas, la música, que no existen mayores cuestionamientos por parte de la audiencia común y corriente sobre qué, dónde y cómo sucede la lectura y significación de lo que se ve y se oye. ¿Por qué chinos, españoles, rusos o latinoamericanos, entre otros tantos, entienden y hasta disfrutan igual que los mexicanos de las mismas películas y telenove-

las? ¿por qué modos de narrar como el de Hollywood son capaces de sostener un patrón de significación en prácticamente todo el orbe?³ En fin, ¿por qué mi vecina y yo coincidimos o por qué discrepamos en la lectura de una misma narración?

El interés de este trabajo radica en dos renglones: el primero, reflexionar sobre los procesos de anticipación que se establecen mientras se realiza la lectura y apropiación de películas, series, seriales y telenovelas principalmente. Es decir, la lectura de aquello que puede generalizarse como discursos⁴ audiovisuales de ficción transmitidos por pantallas como las de cine y de televisión. El segundo se desprende de este devenir reflexivo, se trata del diseño de una propuesta metodológica para el análisis de este tipo de narrativas.

Los antecedentes empíricos de este trabajo son una investigación etnográfica sobre "Las modalidades de relación con la televisión y su consumo en el marco de la multiplicación programática en España"⁵ y otra de carácter experimental sobre "La previsibilidad como estrategia narrativa en la telenovela".⁶ En el discurrir del artículo se hace referencia a alguna de ellas cuando se considera necesario para argumentar o bien para ejemplificar.

Como en este artículo hay dos vectores fuertes, narración y anticipación, se estructura de la siguiente forma: primero, una breve trayectoria sobre los estudios narrativos para responder a ¿por qué es importante y en qué consiste anticipar? Después, establecer el binomio narración-anticipación para enfrentar la cuestión sobre ¿qué tiene el discurso audiovisual de ficción que nos deja anticiparlo? Y todo esto, ahora sí, permite exponer la propuesta metodológica basada principalmente en el experimento.

Una vuelta de tuerca en el estudio de los discursos narrativos

En las prácticas grupales o individuales de ver televisión, interactúan y retroactúan (Morin, 1996) diferentes y múltiples procesos. Procesos que van desde obtener, seleccionar, comparar, reelaborar y producir significados que elevan ese acto cotidiano a una acción compleja y valiosa. Lo común y corriente de percibir el mundo hace olvidar la red de relaciones que deben establecerse para que se realice tal hazaña. En la vida diaria o durante la lectura de lo real representado, el proceso de anticipar se entiende como *normal* y no como un maravilloso mecanismo de comprensión, adaptación, defensa y satisfacción. Cuando por ejemplo los miembros de la familia se sientan frente al monitor se auto-otorgan el derecho

a mirar y juzgar sobre lo que ocurre en pantalla, traspasan la temporalidad de los discursos televisivos,⁷ imaginan lo que vendrá y, algunas veces, hasta comparten entre ellos sus intuiciones sobre el futuro del relato, pero no se cuestionan sobre qué resortes se accionan durante la lectura relajada para configurar las apuestas.

Si un discurso logra salir del formato que lo transmite y se instala en la dinámica del *boca a boca* puede decirse que se trata de un producto exitoso. Convertirse en tema de conversación supera los baremos impuestos por las clásicas mediciones de audiencia. El éxito de un programa no sólo debe medirse por el número de aparatos sintonizados en ese momento, ni tampoco por el número de personas que están frente al televisor. La buena fortuna de un discurso es directamente proporcional al grado y al tipo de influencia que logra tener sobre el público. Y una forma de medir esta influencia es detectar las expectativas que el mensaje es capaz de provocar en el receptor.

Sobre cualquier discurso se puede anticipar, pero los discursos narrativos tienen la consigna de activar la imaginación del público. Por ello, los guionistas mejoran sus técnicas y herramientas para crear expectativa, las productoras de televisión invierten en programas de ficción, los programadores dedican espacios comparativamente importantes a este tipo de discursos y los estudiosos de los fenómenos comunicacionales observan el éxito de este macrogénero narrativo.

Hay muchas formas de entender el mundo y en este empeño muchas son las perspectivas de acercamiento a los discursos narrativos. Hay quienes creen que la clave está en la entidad que elabora el mensaje y focalizan en las prácticas, intenciones y desviaciones del emisor; otros buscan respuesta en el sujeto receptor al que le reconocen o le niegan la cualidad de fruidor y reconstructor de los discursos. Por otro lado, hay quienes observan la significación, recovecos, trampas y señales del mensaje porque creen que el texto tiene su propio sentido.

En líneas generales se distinguen dos grandes tendencias de aproximación al proceso comunicativo: el conductismo y el cognitivismo. La primera visión considera el producto de la comunicación sólo como *estímulo* capaz de influir en el receptor según las intenciones del emisor. Aumont (1992) dice que Eisenstein, basándose en la *reflexología* pavloviana, suponía que el filme, como transmisor de estímulos, entrañaba una respuesta calculable en el receptor y que, por consiguiente, a través de un largo y complejo cálculo, podría preverse y dominarse su reacción emocional e intelectual. La segunda tendencia presupone el constructivismo y determina que todo mensaje, en la medida que es percibido por

el receptor, es una construcción establecida entre las intuiciones, inferencias, deducciones y los datos proporcionados por los sentidos.

Nuestra propuesta metodológica para analizar los discursos narrativos se basa en la capacidad que tienen los espectadores para anticipar durante el momento de la lectura y en los *guiños* que manda el discurso.

Pero ¿por qué otra propuesta para estudiar los discursos narrativos si desde tiempos aristotélicos se invierte esfuerzo para entenderlos? Toda disciplina requiere tiempo para madurar y las propuestas que en su momento hicieron los formalistas rusos sin duda suponen un avance que han sabido aprovechar los narratólogos y los pragmáticos. Estas nuevas tendencias dan por hecho que los mensajes no pueden ser estudiados con independencia del sujeto que realiza la lectura, es

un arte en el que la capacidad del artista para sugerir tiene que ser igualada por la capacidad del público para captar instrucciones (Gombrich, 1979: 174).

Sin embargo, y por desgracia, la experiencia confirma que llegado el momento del análisis de las obras, el estudioso sigue con *su* visión y no da cuenta de la lectura que hace el receptor común y corriente.

El equívoco no es porque *su visión del mundo* sea mala o sea un error incluirla en el análisis, de hecho, un principio obligado de análisis es la *reintroducción del conociente en todo conocimiento* (Morin, 1996). El reflejo del estudioso en el objeto observado no es un lujo sino una obligación. El problema existe cuando se olvida de los otros, de los que también se reflejan en el objeto y del reflejo del objeto en su medio. Para ahondar en los discursos debe hacerse una triangulación entre la mirada del receptor que ve la pantalla y la del investigador que ve al receptor viendo y por supuesto, el estudioso viéndose a sí mismo que ve al que ve.

Para estudiar los mensajes es recomendable tomar en cuenta la interacción entre los tres elementos principales del acto comunicativo (emisor, mensaje y receptor). Una interacción donde la actuación del receptor es determinante porque el discurso y las intenciones del constructor del mismo existen en la reelaboración del mensaje que realiza el sujeto que recibe. Esta postura descansa en los planteamientos ensayísticos de Eco (1965), Iser (1974) y Fish (1972), que entienden el mensaje desde la deconstrucción y apropiación que realiza el receptor, donde el proceso de lectura *crea* la obra en el momento que encuentran relación lector y texto, y en los conocimientos obtenidos experimentalmente por Landsheere (1973), Henry (1975) y Richaudeau (1992), quienes preocupados por la lectura de textos escritos, se embarcan en estudios de legibilidad y comprensión.

Pero la valoración del receptor no anula la presencia, también activa, por cuanto promotor de un significado, del emisor, y por lo tanto, tampoco niega el peso que tiene el propio discurso. De hecho, las reflexiones que hace Casetti en *El film y su espectador*, que suponen que el filme incluye *señales* que van dirigidas al público para que éste realice su lectura, y las propuestas de Seymour Chatman (1990), quien aboga por el estudio de la estructura narrativa, permiten avanzar en nuestra visión al ofrecer una vía práctica para analizar el discurso a fin de identificar estos *mojones* que favorecen la comunicabilidad.

El método para estudiar los discursos ha de ser pendular; es decir, debe ir y venir entre la lectura del receptor y el análisis del investigador. Un método que establezca directrices generales para el estudio de cualquier discurso y que a la vez sea lo suficientemente flexible que permita tomar en cuenta las particularidades que tiene cada materialidad discursiva a fin de diseñar una estrategia de aproximación *ad hoc*. Este razonamiento irá esclareciéndose y fundamentándose en la medida en que abordemos el concepto de *previsibilidad* como herramienta de reconocimiento de la realidad.

La utilidad de anticipar

Llegado este estadio se abre una duda razonable: ¿por qué estudiar las narraciones a partir de la anticipación? Pues simplemente porque la *Actividad predictiva* que genera el relato es condición para su éxito entre la audiencia y porque el juego de *lo previsible* obliga la entrada de los *agentes* que apuestan y de la información sobre la que se cierne la apuesta. Antes de continuar es necesario definir que el concepto de *Actividad predictiva* lo entiendo como el proceso intelectual a través del cual se elaboran enunciados de anticipación y que es independiente a si se acierta o no (Zermeño F., A., 1996).

La previsibilidad de las cosas no está dada de antemano ni es una cualidad inherente a la materialidad, aunque bien es cierto que ella existe independientemente a ser percibida. Prever la ocurrencia de un determinado evento implica la presencia del sujeto que promueve la apuesta y con esto toda la carga de condiciones que intervienen en el proceso de la anticipación. Del trabajo teórico y experimental que mencioné al principio de este escrito, se deduce que la anticipación narrativa es

la actividad cognitiva del espectador que, a partir de determinados motivadores y mediante ciertos indicios, es capaz de proponer hipótesis relativas al advenimiento de un hecho verosímil en el relato (Zermeño F., A., 1996).

La anticipación durante la lectura de los discursos narrativos tiene por lo menos cuatro niveles de utilidad: la reducción de caos, la economía de esfuerzos, la legibilidad y la gratificación.

La reducción del caos se presenta en una situación en la que el lector es incapaz de anticipar el futuro precisamente porque es incapaz de establecer *orden* en el mensaje. Las continuas transformaciones generadas en el ambiente producen en el humano una relativa carga de incertidumbre; si no existiera un mínimo de permanencia en las cosas sería poco posible controlar y mucho menos seguro planificar (Moles, 1976; Prigogine, 1983). Reducir la sensación de caos implica referir de inmediato lo desconocido a lo semejante a fin de clasificarlo y controlarlo (Mitry, 1978). En la medida que el lector anticipa lo que viene a continuación en el relato, aumenta su nivel de seguridad porque en el proceso de lectura reconoce, relaciona y deduce.

Toda aproximación supone una lectura proyectiva aun cuando no se tenga conciencia de ella. El sujeto receptor avanza significados posibles a lo que está por llegar porque otorga anticipadamente una forma a la materialidad venidera. En un filme de suspenso, por ejemplo, anticipamos que el asesino matará a su siguiente víctima porque se presentan pistas que preparan el ambiente y porque reconocemos el patrón que ha seguido el asesino con las víctimas anteriores. Antes de consumarse el hecho lo anticipamos asignándole el significado de próximo asesinato. Es una acción que se basa en la apropiación y reelaboración del flujo que ya se tiene archivado.

La *legibilidad* del discurso se da cuando los mecanismos intelectuales del receptor procesan la información recibida otorgándole previamente una significación. De lo que se deduce que significación no es diferente a previsión porque muy a menudo, afirma Richaudeau (1987), la significación no es más que la confirmación de la previsión.

Cuando el sujeto percibe lo hace a través de formas y no por partes (Dondis, 1985); sí se trata de reconocer, por ejemplo un rostro, el cerebro primero centra su atención en la forma global y define que es una cara, después pasa a detenerse en los rasgos faciales y entonces decidirá si es de una mujer o de un hombre, si es de un niño, un adulto o un anciano, o bien si es de un asiático, un africano o un anglosajón. Los estudios sobre legibilidad demuestran que el lector, en mensajes escritos y visuales que estén incompletos o trucados, tiende a completarlos o corregirlos porque anticipa la parte que falta. Y sólo es capaz de proponer una forma porque existe una serie anterior que le sugiere posibilidades.

Las formas altamente originales aumentan el nivel de incertidumbre en la media en que son indescifrables. La relación entre la *economía de*

esfuerzos y la previsibilidad del discurso se vuelve determinante cuando se pretende la comunicabilidad. Tanto para el emisor como para el receptor, la previsibilidad del mensaje resulta ser una estrategia afortunada; el primero coloca pistas que, a su juicio, guían la lectura; por su parte, el segundo las percibe, las descifra, las reelabora y decide seguir las o ignorarlas. El contrato entre el que propone y el que recibe tiene la cláusula de *códigos compartidos* y sólo a través de esa complicidad puede establecerse un primer nivel de comunicación.

Pero no se piense que la previsibilidad del discurso es la solución para alcanzar la interacción entre emisor y receptor. Si bien es cierto que la total previsibilidad es garantía de la total comprensión, también es cierto que funciona como inhibidor de la satisfacción. ¿Qué gratificación puede encontrarse en un discurso narrativo totalmente ordenado, previsible, sin sorpresas? ¿Dónde está la expectativa que lleva al espectador a la lectura de la fuente de sugerencias para calmar su inquietud? La *gratificación* que brinda el relato es producto del relativo equilibrio entre apuesta y acierto.

El espectador no puede acertar en todo porque se corre el riesgo de anular su interés; pero tampoco puede fallar siempre que apuesta porque dudará no sólo de su capacidad sino de la capacidad del autor. La veracidad del relato está en relación con lo que se cree posible que suceda; para Aumont (1985) la verosimilitud es una especie de censura porque restringe el número de posibilidades narrativas o diegéticas que el espectador puede imaginar y por supuesto sobre las que puede anticipar.

Pero acertar no es tan fácil, nuestra materialidad nos obliga a permanecer en una dimensión temporal presente en la que podemos acceder al pasado sólo por el recuerdo y al futuro por la anticipación. El pasado, que no podemos modificar, resulta ser tan largo como nuestra memoria; el futuro, que no conocemos, alcanza la longitud de nuestra imaginación; mientras el presente, tan efímero como el instante vivido, es lo único que nos pertenece. De lo que tenemos certeza es que el futuro alguna vez será el ahora y por ello nos esforzamos en imaginarlo. Tomamos las experiencias pasadas y las inferencias futuras para actuar en el presente, en este momento que ya se fue, que ya no es.

Requisitos para anticipar

En cuestión de narraciones la probabilidad de que un determinado suceso ocurra está dado por las condiciones de forma y contenido del relato y por condiciones relativas a la competencia del receptor. Nuevamente nos encontramos con la necesidad de validar la presencia activa del receptor en el proceso de lectura y apropiación del discurso. Huertas, en *Estética del discurso audiovisual* (1986), propone tres condiciones para que el proceso mental que permite la deducción se dé y son las siguientes:

- La información disponible;
- Los principios de coherencia diegética esbozados en el planteamiento del problema; y
- El repertorio de convencionalismos (funciones y funcionamientos) del género al que pertenezca el discurso que está en proceso.

En este camino, y antes de cualquier otra cosa, es importante destacar que el receptor debe contar con capacidades psíquicas y físicas en condiciones óptimas que permitan, a nivel sensorial, captar los estímulos, a nivel nervioso, transmitirlos al cerebro y a nivel neural, procesar la información recibida. No vamos a detenernos mucho tiempo en este aspecto, si lo citamos es porque aquellas personas que padecen de alguna disfunción relacionada con la recepción y procesamiento de la información pueden ser incapaces de controlar y a la postre, de anticipar. Otra condición que también compete al receptor es la actitud que tiene frente al mensaje y se refiere a los posibles *prejuicios* sobre el género, a la *atención* que presta al relato y a la *motivación* que guía la lectura.

Doc Comparato autolegitima la función del guionista y afirma que la verdadera anticipación es una reacción del espectador ante las intenciones de los personajes (Comparato, 1992: 125).

Lo cual es verdad dado que ciertas acciones de los personajes pueden indicar al espectador un hecho. Pero si se observa a dichos actantes como la obra de un guionista y por lo mismo como la influencia decisiva de un para la anticipación, entonces dicha afirmación no es del todo cierta. Por mucho que el guionista se esfuerce por sugerir una expectativa, si el receptor no se encuentra motivado a realizar una lectura proyectiva y por lo mismo sus niveles de atención son débiles, ya podrá no sólo sugerir sutilmente sino hasta decirle abiertamente que algo se acerca, que el espectador no lo captará. Esto ratifica que las condiciones de

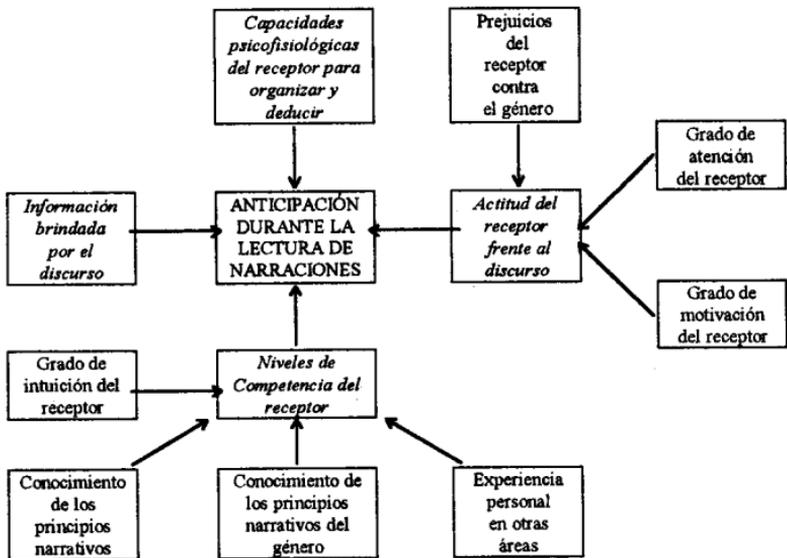
atención y motivación son indispensables para la anticipación; sin ellas, el guionista no podrá cumplir las expectativas que tiene con su trabajo.

Por su parte, los *prejuicios* que un sujeto tenga respecto al producto que lee pueden convertirse en inhibidores o promotores de la *motivación* y la *atención* que se le presta al mensaje.

Los prejuicios modifican la lectura al ser una actitud de valoración a favor o en contra. Puntualizado lo anterior, presento el Cuadro I que muestra las condiciones que intervienen para que el receptor detecte las *pistas* de previsibilidad en el relato:

CUADRO I

RELACIÓN DE CONDICIONES NECESARIAS PARA QUE SE DÉ EN EL RECEPTOR EL PROCESO DE ANTICIPACIÓN DURANTE EL CONSUMO DE DISCURSOS NARRATIVOS



Fuente: Elaboración propia

La información que brinda el discurso es la materia prima con la que el receptor construye sus hipótesis, es la realidad que recibe y que transformará según su particular forma de ver y juzgar el mundo. El mensaje entraña la construcción inteligible de una forma destinada a ser comunicada; y el concepto de *orden* es el que permite disponer a la materia esa forma inteligible (Prigogine, 1983). Pero el orden no es algo que esté dado por sí mismo; el sujeto que percibe es quien descubre la estructura porque parte de su repertorio de esquemas intelectivos de organización. El autor construye, organiza los elementos y sus relaciones y ofrece la obra al público; pero sólo quien recibe deduce la forma porque ella es conciencia de previsibilidad (Moles, 1976). Es decir, gracias a la capacidad de organización que tiene el receptor, la materia se le manifiesta previsible y comprensible. Vemos determinadas formas en las nubes por nuestro repertorio de esquemas, y la prueba es que estas *formas* varían de persona a persona.

Por otro lado están los *niveles de competencia* con los que debe contar el receptor para entender el mensaje. Los hacedores de los relatos buscan un lector ideal a quien podríamos denominar *lector alfabetizado*, dado el cúmulo de conocimientos con que debe contar para deducir el entramado propuesto en el relato. El guionista debe conformarse con construir un producto que despierte, sustente e incremente el interés del espectador mediante *ciertos* elementos; mientras que es el lector quien halla en el texto y en sus propias relaciones mentales la motivación que lo lleva a la construcción anticipada del acontecer. En el caso de los discursos narrativos la competencia del lector debe dar cuenta del conocimiento de los principios generales narrativos, del conocimiento de los principios narrativos particulares del género que se lee, del cúmulo de experiencias personales y del grado de intuición del receptor.

¿Qué tienen los discursos audiovisuales de ficción que nos permiten entenderlos desde la perspectiva de lo previsible?

Anteriormente apuntamos que el relato es la obra creada con los principios narrativos generales y los particulares del género. Es la manifestación del mundo particular del autor alimentado con una realidad compartida con el público potencial. Es el lienzo donde quedan, casual o voluntariamente, elementos que sirven de *mojones* en la lectura. El discurso narrativo está confeccionado bajo los principios de la *contingencia*, la *expectativa*, lo *verosímil*, el *orden*, cualidades todas que permiten es-cudriñar-lo a partir de lo previsible.

La mente del espectador está capacitada para interrelacionar la información. Esta conexión puede darse a título personal o bien por la guía propuesta por el autor. Aumont (1985) defiende que los sucesos ocurren en agrupaciones de causa y efecto y los efectos a su vez se convierten en causas de otros efectos hasta llegar al efecto final. Pero los hechos no se rigen por relaciones de estricta causalidad sino por una causalidad probable o contingente (Chatman, 1990). Cuando se piensa en la previsibilidad de un hecho, suele ligarse con la probabilidad de su ocurrencia porque se cree que lo probable, dado que es factible de suceder, resulta más fácil de anticipar.

El cálculo de probabilidades se basa en el principio axiomático de que *las mismas causas producen los mismos efectos* y considera la previsibilidad como el índice de probabilidad en los fenómenos (Granoullac, 1978). Sin embargo, la expansión de los planteamientos de la teoría del caos en el campo de la investigación abrió la caja de pandora al establecer la duda sobre la pretendida regularidad y previsibilidad del universo. El requerimiento de circunstancias similares es imprescindible cuando se pretenden resultados análogos pero lo cierto es que hay cosas que pese a su repetición en condiciones pretendidamente homogéneas, dan como resultado efectos diferentes y hasta contradictorios (Prigogine, 1983). Esto obliga a estimaciones de frecuencias del acontecimiento en las que se controlan las condiciones de producción. Así, podríamos establecer que *a mayor probabilidad de ocurrencia, mayor posibilidad de anticipación*.

Como la causalidad determinada no responde a las múltiples y dispares fenómenos que se suscitan en el mundo, ha de darse entrada al concepto de lo contingente. Este señala que la existencia de los acontecimientos está relacionada al carácter riesgoso de lo que es probable que suceda, pero que no puede asegurarse que así pase. Conciernen a circunstancias coyunturales que sugieren anticipaciones pero que no existe la obligatoriedad que se den. Esta eventualidad es la que da paso a la expectativa y la sorpresa que debe contener un relato.

Sin duda el salto hacia adelante en el discurso motivado por la expectativa que abre un hecho es fuente de recompensa para el lector. La espera es condición de previsibilidad. Pero espera no es certeza. El espectador, en el proceso de lectura, lanza sus hipótesis, supone en base a la serie anterior, en la probabilidad de ocurrencia, en su intuición y en su razonamiento y espera verificar sus apuestas. Un hecho que se anticipa establece una relación entre la previsión que de él hacemos y su ejecución real; por lo tanto, prever implica expectación. El acontecimiento previsto puede verificarse o no, si ocurre lo primero estamos ante el

cumplimiento de nuestras expectativas, y lo segundo supone una sorpresa por cuanto era un hecho inesperado (Vale, 1992). Esta incertidumbre creada por la expectativa de ver cumplida o negada la apuesta es la que impulsa al espectador a continuar con la lectura el relato.

¿Pero qué lleva al sujeto a predecir en las narraciones? Únicamente aquello que se considera factible puede predecirse porque la probabilidad de ocurrencia de un evento está en relación con los casos posibles. En la medida que un hecho se presenta, robustece, digámoslo así, su espectro potencial de ser. El efecto género del que habla Aumont (1985) es la coincidencia, a través del tiempo, de una solución en los diferentes filmes. Existe una parcela de verosimilitud común y otra individual. La primera da cuenta del axioma: no basta que un hecho sea verdad para que encuentre posibilidades en la mente del que anticipa, debe además comprobarse a través de la credibilidad que los otros le otorguen. Mientras la segunda se refugia en el mundo de aventuras que se permite el espíritu del espectador. Ambas parcelas conviven y se retroalimentan mutuamente.

La imaginación del espectador es libre por cuanto no se le pueden poner más límites que los que ella misma se imponga. Pero lo que ella se impone es producto del credo común. Es decir, creer en algo porque el resto de la sociedad lo *legaliza*. Por otro lado, en la medida que un sujeto es capaz de transmitir una idea original, puede contaminar al resto de la sociedad al ser punta de lanza de una nueva perspectiva. A este fenómeno en bucle puede sin duda responder el principio que Edgar Morin (1996) maneja y que llama *bucle retroactivo* mismo que responde a la auto-eco-organización de cualquier sistema.

En la caja de posibles soluciones, la que resulte más verosímil tendrá mayores posibilidades de ser elegida por el sujeto que anticipa. Sin embargo, esto no significa que sólo lo verosímil entra al juego. Aquí es importante hacer una acotación para dar entrada a la capacidad intuitiva del receptor. Las corazonadas no siempre responden al nivel razonado de lo verosímil. Es cierto que muchas de las soluciones colectivas se tienen almacenadas de forma natural y, en el momento de prever, no percibimos el resorte que las pone en juego. Pasa desapercibido el carácter de conocimiento adquirido. Pero también es cierto que la intuición funciona a veces de forma extravagante, innata, imprevisible. Surge como iluminación (Bunge, 1972) sin satisfacer patrones lógicos.

Ya decíamos anteriormente que sólo a través del orden pueden surgir las formas y que la mente del que recibe es la que pone orden en las cosas. Sin embargo, y aquí es cuando tomamos en cuenta la presencia activa del autor porque es él quien propone líneas de acción y avance, el

lector no puede ir y venir libremente por el texto como si las marcas del autor no existieran. Eco (1962) ejemplifica esto con *Finnegans Wake* de Joyce y defiende que si el autor introdujo claves en su obra es precisamente porque deseaba que la obra fuera leída en un sentido. Autor y lector participan de un contrato en la que uno propone y el otro elige. Ninguna de las dos entidades son autónomas, ninguna niega la presencia de la otra porque ambas son necesariamente complementarias. De no ser así, ¿a qué se reducirían las funciones de emisor y receptor, dónde estaría la comunicación y la gratificación? Este razonamiento también lo sigue Morin (1996) cuando dice que él es un co-constructivista porque entiende que la realidad también influye en los procesos de percepción, no sólo es la mirada del receptor la que construye los significados sino que hay una relación compleja y estrecha entre mirada y realidad.

Lo que deja prever en el relato está dado por la estructura, por la forma que transmite la historia. Así pues, es necesario el orden que permite la distribución de los elementos en juego. El autor entrega información a lo largo del discurso y busca una forma, una organización.

La previsibilidad es la capacidad que tiene el receptor de imaginar el futuro de un fenómeno partiendo de su pasado (Moles, 1976: 108).

Y sólo puede imaginarlo porque reconoce el orden que se produce en la estructura gracias a la serie que anteriormente ha leído.

Propuesta experimental

Realizar un experimento guía, a despecho del análisis narrativo como el camino para adentrarse al estudio del discurso, es reconocer la interrelación entre las instancias del proceso comunicativo. Sólo mediante las directrices de lectura nos aproximamos a la realidad. El velo que en su tiempo pusieron algunos semióticos (Jakobson, Lévi-Strauss) cuando hicieron hincapié en la idea de que el texto tiene un único sentido y que es tarea del receptor descubrirlo, ha hecho que muchas veces nos perdamos mientras defendemos nuestro sentido (el del investigador). Si por el contrario, cruzamos el análisis del texto con los datos obtenidos durante la lectura del discurso, detectamos los puntos significativos para el lector y los observamos con la lupa del investigador.

Delegar en el espectador la tarea de identificar las pistas para la anticipación y manifestar aquello que considera factible que suceda es la base de nuestro estudio. De continuar por el sendero del análisis unilateral fomentaríamos el riesgo de que el investigador, por toda su experiencia general anterior y por sus conocimientos particulares sobre el tema,

señale equivocadamente tanto lo que se prevé como aquello que motiva tales previsiones. El conocimiento del que observa, en este caso, puede convertirse en una pesada losa que retarde, en el mejor de los casos, el razonamiento metódico y justo. Cuando el analista, como el autor, se vuelca en la obra y olvida las miradas que se posarán en ella, niega el fin perseguido por la creación: la comunicabilidad. El estudioso no puede romper el equilibrio de la propuesta ni las transformaciones que se suceden con cada lectura. Debe observar al objeto de estudio, sobre todo tratándose de discursos narrativos, a través del cúmulo de experiencias con que cuenta el espectador, así como por la lectura que realiza éste. Y no con un acercamiento *apriorístico* sobre lo que cree que el receptor piensa y desea. Después de contrastar con el mundo interno de la entidad que reelabora el mensaje, el investigador podrá teorizar sobre el nivel de expectativas que la obra es capaz de satisfacer.

Si el analista emulara el rol del receptor a fin de descubrir los indicadores y anotar las apuestas sobre el desarrollo, sería condición obligada realizar una única lectura porque más de una entrañaría el adiestramiento en la anticipación. La espontaneidad del receptor común y corriente quedaría anulada por la lectura prejuiciada del investigador. Y por otro lado, la realización de una sola lectura no permitiría establecer conocimiento científico alguno; porque de ser así, ¿dónde quedaría el análisis y la comprobación?

El estudio de la anticipación narrativa puede hacerse por dos caminos: aproximarse al espacio donde se lee el discurso (el hogar), o bien, llevar al participante a un medio artificial (un laboratorio). La primera opción entraña, principalmente, el problema de confusión en la información: anticipar es un proceso subjetivo, en la medida que se realiza mentalmente, y como tal debe ser observado. El hogar, al ser un lugar compartido, es transitado por el resto de individuos que en él cohabitan y favorece la interrupción por parte de los otros miembros de la familia. Además, tiene el inconveniente de convertir en intruso al equipo de investigación. La ventaja de la observación en el hogar pudiera ser observar al participante en el ambiente donde cotidianamente procesa la información. Sin embargo, nuestro interés no estriba en conocer el comportamiento en el medio, buscamos identificar las causas y efectos de la anticipación en el discurso. La contrastación en campo debería permitir el mismo control que el experimento en laboratorio; pero como esto no sucede así y son generalmente imperfectos para este tipo de estudios (Sierra, 1995), me incliné por la segunda posibilidad: la realización de un experimento en un espacio artificial.

No puede decirse que en la investigación el método experimental es la única solución para llegar a resultados científicos; antes que esto existe el problema, que define por sí mismo la manera en que debe ser abordado. La oportunidad de realizar una investigación experimental controlada en laboratorio resulta ser el método idóneo para vigilar las diferentes variables que intervienen en nuestro objeto de estudio y, sobre todo, permite capturar con exactitud la información brindada por los participantes.

El estudio busca responder, principalmente, las siguientes interrogantes: ¿qué tipo de anticipaciones promueve el relato? ¿qué tipo de elementos motiva tales anticipaciones? ¿quién prevé más? y ¿qué nivel de previsibilidad tiene el relato? Para ello diseñé un experimento que permite, paralelamente a la lectura, obtener la información deseada. Se trata de un experimento que compara dos discursos de ficción seriada; uno de nacionalidad mexicana y otro catalana. La comparación se extiende al sexo, nacionalidad y niveles de competencia. La competencia del receptor es determinante en la comprensión y apropiación del mensaje. Y como en este caso el análisis se hizo sobre un discurso narrativo televisivo, identificamos como indicadores de esta competencia el grado de lectura televisiva, el grado de lectura del género al que pertenece el discurso analizado, el grado de lectura de productos de ficción y el nivel de estudios del espectador.

El participante, al detener la acción en el discurso para manifestar sus apuestas, brinda los puntos que posteriormente se marcan en el texto y que gracias a un análisis narrativo se relacionan con el resto de elementos de la estructura. Estos puntos se identifican como altamente sugerentes si acaso un número importante de participantes coincide en señalarlos. Al mismo tiempo, se cuantifica individualmente la participación de los sujetos para conocer su rendimiento. Aunque pueda parecer obvio, señalo que una condición obligada en este planteamiento es que las personas participantes en el experimento no deben conocer previamente el discurso que se prueba porque la desigualdad en la información incide en la anticipación.

El experimento arroja varias categorías que permiten controlar la información: la *Actividad predictiva*, que refiere el total de enunciados de anticipación que el sujeto realiza durante el experimento y que es independiente de su recurrencia y de su acierto; las *Anticipaciones diferentes*, que agrupan en un enunciado las anticipaciones manifestadas de diferente forma pero que contienen un significado común; las *Anticipaciones acertadas*, que son las que se clasifican como ciertas porque concuerdan con el advenimiento de los hechos en el relato; el *Índice de pre-*

visibilidad, que establece la relación entre lo apostado y lo acertado, es la diferencia entre las anticipaciones diferentes y las acertadas, brinda la eficacia de las previsiones; y por último, el *Índice de recurrencia*, que da la relación entre todo lo apostado y las anticipaciones singulares, es la distancia entre la actividad predictiva y las anticipaciones diferentes.

La anticipación narrativa: conclusiones del estudio

La complejidad de la realidad oscurece el escenario donde la actuación humana se lleva a cabo y es el raciocinio y la intuición los que permiten avanzar y evitar el desamparo. La capacidad de adelantarse en el tiempo es la estrategia de defensa a las transformaciones de cualquier realidad, incluida la ficción. Este planteamiento toma en cuenta que cualquier fragmento del discurso despierta la actividad predictiva del espectador en tanto sea capaz de evocar significados (Ricaudeau, 1987) y la participación registrada en el experimento lo confirmó.

El estudio permite la posibilidad de realizar la medición de la anticipación a través de relatos terminados, capítulos, secuencias o líneas narrativas en tanto son unidades con significado propio. Las unidades narrativas sólo pueden comprenderse a partir de la coherencia significativa; es decir, a partir de la organización del conflicto (presentación, desarrollo y desenlace) e independientemente del orden cronológico (*flash-back*, *flashforward* o normal) escogido por el autor. Porque toda la información que se da se dirige a contar la historia.

La aplicación de esta propuesta metodológica permite demostrar que en las narraciones existen elementos aislables que funcionan como pista de anticipación, y a la vez, detectar, cuantificar y correlacionar estos elementos con el resto de la narración favorece el juicio cualitativo sobre la previsibilidad. Que los receptores coincidan en segmentos de la narración demuestra la presencia de elementos comunes en el discurso e información compartida; pero también demuestra que estos elementos forman parte de una memoria colectiva. Y que diverjan en la lectura señala que existe un campo de experiencias personales. Por lo tanto, la previsibilidad del discurso dependerá de las anticipaciones que coincidan y no de la participación dispersa. La concomitancia en la participación conduce a la convencionalización en el tipo de conflictos y soluciones que se utilizan para la producción de narrativas. Demuestra la importancia de la selección, organización y tratamiento de los elementos que funcionan como indicios en los relatos tanto de cara a quien propone como a quien realiza la lectura.

La lectura de los participantes conduce hacia la confirmación de que las pistas de anticipación en el discurso no aseguran necesariamente el acierto en la predicción. Sólo excitan el resorte mental que hace imaginar que algo pasará. Aquí toma cuerpo el contrato detectivesco entre el suceso y el investigador. Relación que obliga al receptor a poner en juego sus capacidades para solucionar el conflicto. En la medida en que se abren interrogantes, el receptor se ve obligado a contestarlas y estas respuestas, a su vez, se convierten en parte activa de nuevos cuestionamientos.

La lectura del discurso hecha por el receptor durante el experimento pone a flote la presencia de indicios, mientras que el análisis metódico da razón de la naturaleza de estos y de su relación en la estructura general del relato. Gracias a estas dos formas de aproximación encontré que estos elementos actúan al disparar fuertemente la *Actividad predictiva* del receptor. Funcionan como llamadas de atención que impulsan al sujeto a contestar espontáneamente y que por su carácter nombramos: *Catalizadores de la anticipación*. Amparados en la teoría de la *Gestalt*⁸ puede decirse que estos elementos persiguen la compulsión del sujeto por completar las formas. Además, el estudio señala que un indicio no disparará la participación consensuada del público, a menos que el elemento presente sea un símbolo, si no hay información precedente que sea suficiente.

La mayoría de los participantes durante el experimento identificaron como indicio el llamado de alguien en una puerta y anticiparon que por fin la pareja de enamorados se encontraría y solucionarían sus problemas. Los individuos fueron capaces de coincidir en sus predicciones y en el catalizador porque en la información anteriormente brindada en la narración, quedó asentado que el chico buscaba desesperadamente a la chica, que gran parte de las cosas que impedían su amor habían desaparecido y que la situación en que estaba ella era propicia para que él se presentara. Como vemos, la excitación de la anticipación por un catalizador se da gracias a la información anterior que permite la relación de los elementos en juego. Los datos se acumulan hasta que un elemento se convierta en catalizador de toda la idea.

Esta metodología también permite comprobar que cuanto mayor sea la expectación generada por el relato, mayor será la *Actividad predictiva*. Y que la expectación puede crearse al concretar la fuerza de los motivadores o bien al multiplicar los motivadores para lograr la misma cantidad de expectación. En el primer caso se trata de una economía de esfuerzo. El mismo motivo hace presuponer diferentes cosas; mientras que en el segundo, varios motivos llevan a anticipar una misma cosa o

bien, la relación es de motivo por anticipación. Lo que supone mayor inversión de esfuerzo.

De cara a los preceptos de la administración, lo ideal viene dado cuando se encuentra un método que permita invertir lo mínimo para obtener el máximo rendimiento. Por lo tanto, si un relato tiene un 40% de indicios y/o catalizadores para motivar, por decirlo gráficamente, 60% de *Actividad predictiva*, mientras que otro tiene sólo 20% de indicios y/o catalizadores y con ello motiva también un 60% de *Actividad predictiva*, hablamos de que los motivadores del primer relato son débiles o poco sugestivos. Generalmente cuando sucede esto es porque las entregas de información anterior no están lo suficientemente bien construidas y provocan que cuando el catalizador aparece no haya solución fuerte que cuaje.

Recuérdese que para el planteamiento teórico de este estudio se toman en cuenta los niveles de competencia del receptor. Y, en la confrontación empírica, se confirma que la experiencia vital constituye por sí misma un cierto nivel de alfabetización que permite un primer nivel de comprensión. Sobre todo aquellos discursos construidos bajo las leyes del naturalismo (corriente estética que refiere la máxima semejanza entre personajes, decorados e historias representadas y el modelo proporcionado por la realidad) resultan más legibles al receptor en la medida que este puede utilizar en la lectura de lo representado los mismos códigos que usa para leer la realidad cotidiana.

Por lo tanto, cuanto más originales resulten las soluciones que tenga la narración, el receptor necesitará mayor extensión y profundidad de conocimientos especializados para leer el discurso y seguir la propuesta del autor. Por ejemplo, *Los siete samurais* de Akira Kurosawa (1954) implicarán un mayor esfuerzo de comprensión para un receptor occidental no especializado en la cultura japonesa que para otro que si cuente con un archivo de experiencias sobre el tema.

Por otra parte, la originalidad está ligada a la improbabilidad de ocurrencia del evento porque son formas poco o nulamente concebidas. Todo mensaje tiene un cierto grado de complejidad que se relaciona, proporcionalmente, con la originalidad topológica de los elementos que lo constituyen y es independiente al número y a la magnitud geométrica de dichos elementos constitutivos (Moles, 1976). Ciertamente que, cuantos más elementos intervengan, existe más posibilidad de que estos compliquen sus relaciones. Pero la complejidad será mayor con la imprevisibilidad de ocurrencia de un elemento. En otras palabras, la complejidad depende del contenido de la información y de la red de relaciones de los elementos que intervienen en la estructura. Por lo tanto, cuanto más

complejo sea el discurso, menos previsible resultará para el sujeto que lo lee.

Para dar cuenta de la influencia que tiene la complejidad sobre la previsibilidad del relato, debe distinguirse entre la complejidad cuantitativa y la cualitativa. La primera da cuenta del número de elementos y relaciones que estos establecen. Se trata de un primer nivel de complejidad, sólo presenta la cantidad de acciones, acontecimientos, personajes, escenarios, líneas narrativas, secuencias, etcétera, que participan en el relato. La cualitativa, por su parte, da cuenta del tipo de relaciones, elementos y tratamientos de la narración. En la complejidad entra de lleno el concepto de originalidad, porque cuanto más original se presenta la forma, más compleja parecerá a los ojos del receptor. Por lo mismo, no basta con saber que participan treinta personajes en la historia para imaginar que se trata, de entrada, de una obra compleja. Es necesario identificar qué tipo de personajes son, si el guionista los caracterizó en profundidad o sólo superficialmente, si los rasgos de carácter, el tipo de acciones que realizan o los acontecimientos que los afectan son alta, mediana o mínimamente utilizados en anteriores narraciones. Es decir, debemos plantearnos qué tan originales son los elementos y las relaciones que establecen para determinar si la narración es o no compleja.

Esta postura se presenta en términos de que a mayor complejidad cualitativa, las posibilidades de acertar las predicciones en el relato son menores. Una narración puede estructurarse de forma compleja cuantitativamente y no afectar obligatoriamente la eficacia en las previsiones; en cambio, a medida que intervenga la originalidad en el tipo de relaciones y en la cualidad de los elementos, el sujeto fallará en sus apuestas. La originalidad va en sentido inverso a la previsibilidad del texto.

La lectura de los participantes demuestra que las acciones de los personajes son la fuente principal de sus anticipaciones. Esto se da porque los sucesos son múltiples y progresivos mientras que los personajes son determinados. Cuando un personaje aparece en escena, por el solo hecho de mostrarse en la situación, se intuye el rol que juega en la historia. Además, si se anticipa sobre el carácter de un personaje se hace una vez, en cambio, la perenne transformación de los hechos permite la continua *Actividad predictiva*. Aunque los personajes también sufren cambios, estos son más lentos, mucho más si se trata de personajes en relatos seriados porque su prolongación en el tiempo ralentiza la posibilidad de cambio. Por el contrario, las acciones son el desarrollo de los hechos y la transformación incuba posibles alternativas. Un filme de acción, por ejemplo, apuesta por la acelerada permutación de los acontecimientos y de las acciones para cautivar al espectador mediante golpes de expecta-

ción; mientras que en otro, donde los cambios son lentos, la gratificación estriba en el regodeo de una situación ambiental, estética o dramática.

El éxito de un discurso en términos de expectación no depende de la cantidad de anticipaciones que provoque sino de la cualidad de dichas anticipaciones. Mi trabajo permitió asentar la diferencia entre anticipaciones para la legibilidad y anticipaciones propiamente narrativas. Las primeras permiten el avance en la lectura porque construyen el significado inmediato del texto. Las segundas se dirigen al futuro de la historia; son apuestas sobre las diferentes alternativas que puede tomar el relato. Con las anticipaciones narrativas el espectador pretende la construcción del significado global de la historia que lee. Según los planteamientos de Chatman (1990), podemos decir que las anticipaciones narrativas establecen relación con los enunciados núcleo, mientras que las anticipaciones de legibilidad con los enunciados satélite. Creemos que ambos tipos de avance son importantes en la construcción de cualquier discurso porque no hay expectativa sin la comprensión del mensaje y el salto que implica una expectativa condiciona la significación otorgada al flujo que se lee. Una vez imaginada una alternativa, lo que se lee se intentará encajar en esa forma y sólo cuando se presente algo que amenaza la coherencia de lo imaginado se revisará la apuesta para proponer un cambio o la ratificación.

En resumen, esta propuesta apunta dos condiciones necesarias, una de cara al ámbito profesional y la otra en el espacio teórico. En el momento de creación del guión el autor debe poner especial interés en promover la anticipación trascendente. Si el autor pretende despertar el interés y la gratificación durante la lectura, debe colocar pistas que motiven expectación mediante estratégicas entregas de información. Por otro lado, no debe descuidar los elementos que guían la lectura pues ellos favorecen la legibilidad y el pasaporte para conseguir transmitir su idea. Una buena pregunta en el momento justo lanza las proyecciones del espectador para responderla e intentar saber si ha acertado. Por su parte, el estudioso no puede olvidar que el mensaje entraña la presencia de quien hace y de quien recibe; y de que en el momento del análisis también está presente su mirada. El investigador debe atender todos estos vectores si desea responder al reto.

A diferencia del test de *clousure*, que mide la redundancia en los textos porque las palabras que el sujeto experimental restituye no son portadoras de información original, o de análisis semióticos que se basan sólo en los textos, esta metodología establece nuevas vías de acceso. Permite al sujeto construir, diferente a reconstruir, su discurso con todo

lo que dispone y al investigador volver los ojos al texto cuantas veces sea necesario sin afectar la directriz que marca la lectura del receptor. Considera que la lectura es un valioso lazarillo para llegar a buen puerto en el análisis y entiende que el rescate de las miradas de las audiencias, a través de lo anticipado y de los motivadores para la anticipación, es una forma de conocer no solamente el discurso, también es un camino para tocar y hacer observables tanto los mundos almacenados como los posibles, tanto los colectivos como los individuales. La anticipación durante la lectura es, definitivamente, un potente vector cultural.

Notas y referencias bibliográficas

1. Nuestras vidas están incesantemente entrelazadas con las narraciones, con las historias que contamos, las cuales son reelaboradas en las historias de nuestras vidas, las que nos narramos a nosotros mismos... Estamos inmersos en la narrativa (traducción propia).
2. Berger afirma que la televisión es un medio narrativo por excelencia. Dice que lo es a tal grado, que hasta las noticias de la noche se transmiten como narraciones, o que por lo menos, hay bastantes elementos narrativos en su construcción. (Berger, A., 1997)
3. Tomas López-Pumarejo dice que "Dentro del siglo que ha certificado la preñancia planetaria de los Estados Unidos de América en lo político y en lo Cultural, la pujanza industrial y el poder distributivo del cine de Hollywood han sido los principales responsables de la alfabetización de buena parte de la humanidad hacia su particular diégesis filmica (...) El cine de Hollywood se caracteriza por procurar una ilusión de realidad al hacer perder de vista sus técnicas de puesta en escena (...) la estrategia consiste en destacar en pantalla aquellos elementos que aportan las claves de la narrativa" (López-Pumarejo, 1987: 91-92).
4. Hay una fuerte discusión entre cómo llamar a los productos audiovisuales; por ejemplo Arthur Berger (1996) prefiere utilizar el término textos porque es un término abstracto y general que puede ser muy provechoso, especialmente si se trata de aplicaciones teóricas. Por su parte, Aumont explica que discurrir es una característica importante en los relatos y que "la ficción sólo se deja leer a través del orden del relato que la constituye poco a poco, una de las primeras tareas del analista es describir una construcción. Pero el orden no es simplemente lineal: no se deja descifrar sólo con el paso sucesivo de imágenes. Está hecho también de anuncios, llamadas, correspondencias, saltos, que hacen del relato, por encima de su desarrollo, una red significativa, un tejido de hilos entrecruzados en el que un elemento narrativo puede pertenecer a varios circuitos: por esta razón preferimos el término de texto narrativo al de relato que, si bien precisa el tipo de enunciado de que se habla, pone demasiado acento en la linealidad del discurso" (Aumont, 1985: 108). Habiendo Aumont hallado el terreno sobre la importancia de esos saltos y conexiones, asumo la posición de no llamar a dichos mensajes como textos o como textos narrativos sino sólo como discursos audiovisuales de ficción dado que la recepción no se realiza como producto cerrado sino como un *continuum*, como un flujo que sobrepasa la pantalla y se entreteje con el discurrir de lo cotidiano, sin barreras, sin temporalidades impuestas; por el contrario, con relaciones y apariciones imprevisibles, no analógicas sino digitales.

5. En la cual participé junto a un equipo de investigadores/as. Fue dirigida por el Catedrático Emili Prado de la UAB, apobada por la DGICYT y realizada en Barcelona durante 1993-96.
6. Corresponde a mi trabajo de tesis con el que obtuve el grado de doctora en Ciencias Audiovisuales en la Universidad Autónoma de Barcelona (octubre de 1996).
7. Si bien la semiótica se ha acercado a la televisión con el intento de establecer un hipotético lenguaje televisivo o bien, para analizar y crear modelos de diversos tipos de discursos televisivos como las telenovelas, los telefilmes, los concursos, los telediarios, etc., "cabe todavía una útil una tercera posibilidad: la de considerar los discursos que alimentan los discursos televisivos no como discursos autónomos, sino como fragmentos de un discurso más amplio que bien podría merecer el nombre de (macro) Discurso Televisivo (global)" (González Requena, 1992: 11).
8. Esta teoría afirma que el individuo ve a la globalidad "En todos los estímulos visuales y a todos los niveles de inteligencia visual, el significado no sólo reside en los datos representacionales, en la información ambiental o en los símbolos incluido el lenguaje, sino también en las fuerzas compositivas que existen o coexisten en la declaración visual fáctica. Cualquier acontecimiento visual es una forma con contenido, pero el contenido está intensamente influido por la significación de las partes constituyentes, como el color, el tono, la textura, la dimensión, la proporción y sus relaciones compositivas con significado" (Dondis, D., 1985).

Bibliografía

- Aumont, J. et al. (1985) *Estética del cine. Espacio filmico, montaje, narración, lenguaje*, Paidós, Barcelona.
- (1992) *La imagen*, Paidós, Barcelona.
- Berger, A.A. (1997) *Narratives in Popular Culture, Media, and Everyday Life*, Sage, California.
- Brooks, P. (1984) *Reading for the Plot: Design and Intention in Narrative*, Knopf, New York.
- Bunge, M. (1986) *Intuición y razón*, Tecnos, Madrid.
- Casetti, F. (1989) *El filme y su espectador*, Cátedra, Madrid.
- Chatman, S. (1990) *Historia y discurso. La estructura narrativa en la novela y en el cine*, Taurus, Madrid.
- Comparato, D. (1992) *De la creación al guión*, IORTV y RTV, Madrid.
- Dondis, D.A. (1985) *La sintáxis de la imagen. Introducción al alfabeto visual*, Gustavo Gili, Barcelona.
- Eco, H. (1965) *Obra abierta*, Seix Barral, Barcelona.
- Fish, S. (1972) *Self-Consuming Artifact: The Experience of Seventeenth Century Literature*, California Press, Berkeley
- Fried, D., ed. (1994) *Nuevos paradigmas, cultura y subjetividad*, Paidós, Argentina.

- Gombrich, E. H. (1979) *Arte e ilusión*, Gustavo Gill, Barcelona.
- González R., J. (1992) *El discurso televisivo: espectáculo de la posmodernidad*, Cátedra, Madrid.
- Granoullac, A. (1978) *Cómo comprender la estadística*, Ibérico europea de ediciones, Madrid.
- Henry, G. (1975) *Comment mesurer la lisibilité*, Labor-Fernand Nathan, Bruxelles.
- Huertas, L. (1986) *Estética del discurso audiovisual. Fundamentos para una teoría de la creación filmica*, Mitre, Barcelona.
- Iser, W. (1974) *Implied Reader*, The John Hopkins University Press, Baltimore.
- Landsheere, G. (1973) *Le test de clousure, Mesure de la lisibilité et de la comprehension*, Labor-Fernand Nathan, Bruxelles-París.
- López-Pumarejo, T. (1987) *Aproximación a la telenovela*, Cátedra, Madrid.
- Mity, J. (1978) *Estética y psicología del cine*, vol. 2, Siglo XXI, Madrid.
- Moles, A. (1976) *Teoría de la información y percepción estética*, Jucar, Madrid.
- Morin, E. (1996) *Introducción al pensamiento complejo*, Gedisa, Barcelona.
- Prigogine, I. (1983) *¿Tan sólo una ilusión?*, Tusquets editores, Barcelona.
- Richaudeau, F. (1987) *La legibilidad. Investigaciones actuales*, Fundación German Sánchez Ruipérez-Pirámide, Madrid.
- Sierra, R. (1995) *Técnicas de investigación social. Teoría y ejercicios*, Paraninfo, Madrid.
- Vale, E. (1992) *Técnicas del guión para cine y televisión*, Gedisa, Barcelona.
- Zermeño, A. (1996) *La previsibilidad como estrategia narrativa en la telenovela*, Tesis doctoral, microfilmada, UAB, Barcelona.