LOS OPERADORES FICCIONALES DE LA TITULACIÓN EN LITERATURA, CINE Y PERIODISMO

MANUEL MARTÍNEZ ARNALDOS
UNIVERSIDAD DE MURCIA

0. Los ya clásicos y numerosos estudios titulógicos, hasta el momento presente, al margen de los planteados en el marco teórico de la crítica textual, han venido manejando como referente práctico y analítico dominios específicos y exclusivos de la literatura, el cine, el periodismo, y más raramente algún otro ámbito como el de la música. Pero los títulos, en general, y específicamente los que aquí tratamos, periodísticos, fílmicos y literarios, al margen de su estricta función presentadora-comunicativa, demarcativa, informativa, programática y de impacto, entre otras características definitorias que se le han atribuido, suponen un conjunto de mensajes, desde su más estricta valoración autónoma aunque no independiente de su co-texto (Hoek, 1981, pp.149 y ss.), que la sociedad lanza a los individuos, dentro de una intercomunicación permanente y a la vez ambigua y variable que sirve de vínculo entre los consumidores y los medios de producción. Constituyen, por tanto, los títulos uno de los pilares básicos de la intercomunicación; lo que posibilita que, por su aludida ambigüedad, se contaminen y conecten los títulos fílmicos, periodísticos y literarios. Una contaminación que colabora en anular el co-texto y en dotar al título de la máxima independencia. Y a la vez, como derivación de su condición espectacular, los títulos se asocian y se convierten en los responsables de la ficcionalidad. Son los primeros en integrarse en el mundo y su devenir socio-cultural y los que en primer lugar reflejan ese mundo. Consideramos y valoramos, pues, el título en su relación con el mundo. Atendemos a lo que el título significa más que a lo que nos dice sobre el co-texto. Y desde esta perspectiva de integración título <——> mundo, analizando interrelacionadamente los tres ámbitos citados, pretendemos mostrar a los operadores ficcionales, en cuanto unidades de sentido, como una estrategia del título en la comunicación y los rasgos o variantes que determinan su mayor o menor especificidad en cada uno de los dominios. Para ello hemos manejado un corpus restringido, pues nuestra propuesta es meramente orientativa, de trescientos títulos aparecidos durante los años 1993 y 1994 y que posteriormente ofrecemos.

1. De lo anteriormente expuesto se desprende que el título cumple una función eminentemente social y, en gran medida también, ideológica. A lo que ha contribuido de manera decisiva la tradicional enseñanza de la historia de la literatura, del cine, de la crítica o de las artes en general; además de los repertorios bibliográficos. Ello conlleva a una intensificación de la independencia frente a su valor autónomo; a designar una materia sin referente inmediato; a configurar "un message codé en situation de marché." (Duchet, 1973, p.50). Se observa, desde la perspectiva que adoptamos, en los títulos una tendencia a elaborar un mensaje independiente del co-texto y a potenciar lo contextual y una referencialidad socio-cultural; posibilitando la transmisión de las actitudes culturales e históricas. Es decir, ejercen un sentido *epistémico,* siguiendo la concepción de Foulcault, en cuanto que asumen la manera de pensar de una sociedad y época determinada.

El título, en su relación con el contexto, sobre todo a partir de la época industrial, va a quedar determinado, básicamente, por tres de las funciones establecidas por Jakobson: la referencial, la conativa y la poética. Tres funciones que, ya en un primer momento, nos inducen a observar conectivamente los títulos literarios, periodísticos[1] y fílmicos. Desde esas funciones, y sea cual fuere el dominio en el que se inscribe el título, se busca llamar la atención, dar una idea del contenido, y seducir y estimular la sensibilidad de los consumidores. Si atendemos a los ejemplos que se nos presentan desde la semiótica de la publicidad o desde la retórica formal, donde se unen imagen y texto como valores recurrentes de la titulación, se podría establecer un cierto parangón, salvando las naturales distancias, sobre la separación que se produce entre el contenido denotativo del título y su relación con el co-texto. Un hueco que en múltiples ocasiones se llena por otros contenidos de tipo connotativo, metafórico, irónico, etc., que condicionan una ambigua interpretación de su significado y, consiguientemente, a desarrollar un sentido espectacular y provocativo; así, en la época moderna, por lo general la imagen acompaña al título en cualquiera de sus dominios: cartel fílmico,[2] prensa o portada del libro. No obstante, imagen y texto, frecuentemente actúan en contraposición en vez de conjuntamente. Unas veces es la imagen la que tiene un sentido distinto al texto; y otras es éste el que nos muestra una interpretación irónica u opuesta a la imagen. Aunque ello no quiere decir que ambos no se ajusten a formas canónicas cultural y pedagógicamente establecidas. Se busca, pues, mediante tales juegos de sentido, la sorpresa y la incitación (Thibault-Laulan, 1973, p.33); el contraste de lo semántico visual y de lo verbal. Algo, en definitiva, que desequilibra la correcta interpretación del contenido del título. Disposición del espacio visual y de las formas gráficas, colores, fotografías, dibujos, etc., se sobreponen al conjunto del mensaje y su lectura se realiza de manera diferente. Lo sensorial y la subjetividad traspasa las esferas de la objetividad, de la razón y de la inteligibilidad, conformándose toda una lógica del mito derivable hacia un posible sentido transtextual del título.

---

1 En relación a éstos, tanto Alarcos (1977, pp.133 y ss.), como Gómez Mompart (1982, p.31) y Núñez Ladevéze (1991, pp.221-223) se acogen a las funciones propuestas por Bühler (representación, apelación y expresión) y distinguen entre títulos *expresivos, apelativos* e *informativos.*

2 Debemos precisar que, en el presente trabajo nuestras consideraciones sobre los títulos fílmicos se refieren exclusivamente a los que figuran en los carteles o prospectos - estos últimos, por desgracia hoy ya desaparecidos - situados en lugares determinados y culturalmente normalizados (a la entrada de los cines o en la sección sobre espectáculos de los diarios). La valoración del título dentro del filme, junto a los títulos de crédito, implica, indudablemente, una mayor complejidad a la par que interés analítico; pues supone estudiar simultáneamente el funcionamiento del filme como texto y la inserción del texto en el filme, así como el engendramiento del filme en sus inicios o primeros planos (Kutzel, 1975; Ropars-Wuilleumier, 1982; Casetty, 1993). Pero ello es algo que desborda los límites que nos hemos propuesto.

Se aprecia, pues, siguiendo el ejemplo que nos proporciona la retórica formal, la existencia de toda una sobrecarga de elementos procedentes de la misma que distorsionan el contenido del título, pero que despiertan la atención junto a la ambigüedad de su mensaje y que cooperan a la independencia del mismo. Ello hace que el título se encuentre en una encrucijada: por un lado se ve sometido a la presión del referente externo, a las pautas que impone el mercado, y por otro se debe a su función diegética y por ende al co-texto que designa. De ahí que junto a los distintos elementos o técnicas de la subversión del título, señaladas por Ricardou (1978, pp.145-150), tales como la hipérbole (títulos que prometen algo que luego no se da) o el litote (títulos que prometen más de lo que sucede), se podrían añadir otros componentes de refencialidad externa que también condicionan la estabilidad interpretativa de su significado. El análisis semántico y sintáctico del título no depende sólo de su estricta y autónoma dimensión textual, sino también de los códigos de un vocabulario específico y de los modelos que impone el momento socio-cultural; así como de las actitudes mentales de la época. Y ello es algo que intentamos poner de manifiesto: presentar, a partir de los operadores ficcionales, los grados de especificidad, contaminación o similitud entre títulos de dominios diferentes.

2. Y son, por tanto, aspectos como los hasta ahora planteados los que presionan y matizan el grado de refencialidad respecto a la producción del título en cuanto a su determinación retórica, semántica y pragmática. No obstante, y llegados a este punto, conviene enfatizar que el título, como punta del iceberg textual, asume las características que le son propias al texto narrativo literario. Siendo decisivo y fundamental su carácter ficcional. Algo a lo que no es ajeno el título periodístico; ya que su principal diferencia con el de ficción radica en una relación de expansión - es más genérico - frente a una relación de contracción. La organización del mundo como conjunto de seres, estados, procesos, acciones e ideas, no procede de la realidad sino que la percibimos a partir de la representación y su pertenencia al mundo del texto. El mundo real ofrece modelos que permiten la organización narrativa de lo ficcional (Albaladejo Mayordomo, 1991, pp.22 y ss.). Pero un factor decisivo en la constitución del texto narrativo es la operación de intensionalización. Mediante ella el espacio extensional, en el que se sitúa el referente, es transformado en intensión y pasa a ser macroestructura, "en la que primeramente constituye el plano de la fábula. La intensionalización se produce por la activación de mecanismos lingüístico para la construcción de una macroestructura textual que reproduzca la estructura de conjunto referencial que va a ser representada en el texto narrativo" (Albadalejo Mayordomo, 1989, p.189). De tal forma que en el título, mediante el proceso de intensionalización se pueden obtener posibles sentidos a partir de los elementos léxicos que contiene al margen del contexto situacional en el que aparece, restringido a un único título e independientemente de su co-texto; lo que permite su interpretación y representación semántica, y, asimismo, su carácter ambiguo y virtualidad sémica. Ahora bien, aunque valoramos el sentido léxico independiente del co-texto, el ámbito intensional también funciona como proceso articulador de las unidades temáticas y por consiguiente de los diferentes mundos y submundos propios de la macroestructura narrativa. Siendo esos mundos y submundos los que determinan la estrategia del contenido del título, presentando unos elementos diegéticos procedentes del co-texto tan diversos como actantes, tiempo, lugar, objetos y acontecimientos; es decir, el conjunto de los operadores ficcionales responsables de los argumentos. Y junto a esos elementos diegéticos procedentes de la articulación de la estructura temática, también aparecen otros que se podrían calificar como metadiegéticos y que designan el tipo de diégesis (Novela, Cuento, Diario, Aventuras, Memorias, etc.). Con lo que acogiéndonos a la propuesta de Hoek (1981, p.102 y ss.), se podría distinguir dos tipos de elementos que operan en los títulos: *operadores ficcionales* (los que anticipan el esquema narrativo básico del co-texto) y

operadores metaficcionales (elementos genéricos que designan el tipo de co-texto; conviene precisar que éstos aportan un cierto grado de verosimilitud).

Una distinción, de otra parte, no lejana, aunque si en el tiempo, a la que sagazmente formulara R. Pérez de Ayala (O.C. III, 1963, pp. 142-147, 299-306) al diferenciar entre títulos temáticos y aquellos otros que derivan de un conjunto de hechos ordenados mecánicamente, a modo de fábula; es decir *genéricos* (Martínez Arnaldos 1980). También Kayser (1968, pp. 251-253), a propósito de lírica, incidió en tal tipo de distinción. Más cercano a nuestros días, y desde una perspectiva semiótica, Rey Debove establece una distinción entre "les ouvrages qui parlent du monde, ceux qui ont un titre *mondain* de ceux qui ont un titre métalinguistique" (Rey Debove, 1979, p. 699).

3. Los *operadores ficcionales* se pueden dividir en dos tipos fundamentales: *argumentos y predicados*. Los *predicados* son los rasgos específicos implícitos en los argumentos y que permiten una valoración de la combinatoria sémica constituida por el conjunto de los argumentos.

Para los fines que perseguimos en el presente trabajo, nos interesa centrarnos en los *argumentos*. Éstos constituyen, como ya hemos advertido, las unidades de sentido tomadas de la diegésis del co-texto y que reflejan los mundos y submundos de la macroestructura textual; es decir, elementos básicos de la estructura profunda. Siendo su condición de ficcionalidad, a partir de la intensionalización, la que permite un efecto de "dramatización" y ambigüedad que posibilita la interrelación de los efectos de titulación en los dominios literario, fílmico y periodístico. Pues mediante la actualización o pertinencia de unas unidades o elementos respecto a otros, según la complejidad del mundo ficcional respecto al acontecer sociocultural del mundo real, se puede comprobar como esos elementos que operan en la titulación contaminan la hipotética especificidad de los textos y posibilitan la independencia del título facultándole para poder cubrir o estar presente en distintos dominios.

Entre los *operadores ficcionales,* que constituyen unidades de sentido en los *argumentos,* se pueden establecer dos clases de elementos:

a) *operadores actanciales, temporales, espaciales, objetuales y de acontecimiento.* Unidades de sentido que anticipan un aspecto o rasgo esencial de la diégesis del co-texto.

b) *temas.* Ponen de relieve, bajo una forma frástica o lexicalizada (proverbios o refranes), un tema del co-texto o bien son un *comentario* a partir del co-texto.

Previamente a mostrar los porcentajes de los distintos operadores queremos insistir en que valoramos su sentido léxico independientemente de su co-texto y las estimaciones de su grado de ficcionalidad están determinadas por los modelos de lectura que impone el momento sociocultural de la época y una importante apreciación intuitiva. No obstante, la mayor problemática de interpretación semántica queda, generalmente, circunscrita a los títulos periodísticos. Aunque consideramos los titulares como un resumen del texto que expresa la macroestructura semántica como en cualquier otro tipo de relato, en ellos es donde más se deja sentir la presión del referente externo y su independencia. Cada vez más, el titular periodístico se concibe como un "acto de habla de informar por sí mismo autosuficiente" (Núñez Ladevéze, 1991, p.260); siendo fundamental para su comprensión el saber contextual de los lectores sin necesidad de recurrir al desarrollo textual. Todo ello ocasiona, en función del uso sintáctico y semántico de los verbos, un cierto grado de polisemia que influye en su correcta interpretación y clasificación.

El corpus, que a continuación analizamos, está constituido por trescientos títulos, escogidos aleatoriamente, aparecidos durante los años 1993 y 1994. Cien, respectivamente, en literatura, cine y periodismo. Los cien de literatura corresponden a títulos de novelas, de autores españoles o extranjeros, cuyas críticas aparecieron en los diarios *ABC* y *El País*. Los cien títulos de

filmes los hemos obtenido de *Todos los estrenos de 1993* (Edic. JC, Barcelona, 1933). Los cien titulares de prensa han aparecido en los diarios *ABC, El País* y *El Mundo,* durante los meses de marzo, abril, junio y julio de 1994.

a)

1. Operadores actanciales.

1.1. Agente humano.

1.1.1. Onomástica:

Literatura: 15% (ej.: *Paula,* de Isabel Allende)

Cine: 16% (ej.: *Van Gogh,* de Maurice Pialat)

Periodismo: 33% (ej.: *González pide apoyo a su proyecto y Aznar que se castigue la corrupción, El Mundo,* 11-6-94)

El mayor rendimiento o porcentaje se produce en este apartado; pues no debemos olvidar que el título, ya de por sí, funciona como nombre propio, ya sea de personas o lugares; pues las formas nominales son más fáciles de recordar y tienen un valor difuso englobante, como ha observado Kristeva (1977, p.161) al referirse al sintagma nominal como "discurso holofrástico". Un proceso de similar incidencia se produce si atendemos al análisis morfosintáctico (Martínez Arnaldos, 1991, pp.125 y ss.) o semiótico. En el titular periodístico, la tendencia al empleo de verbos es propiciada por la búsqueda de un mayor dinamismo expresivo en consonancia con el relato de acontecimiento que le es propio. Lo que determina la ya aludida distinción entre expansión y contracción.

1.1.2. Condición social y familiar:

Literatura: 5% (ej.: *El fiscal,* de A.Roa Bastos)

Cine: 8% (ej.: *Mi padre, mi héroe,* de Gérard Lauzier)

Periodismo: 8% (ej.: *La jueza ordena la detención de Roldán, El Mundo,* 30-4-94)

1.1.3. Implicación del agente en la acción:

Literatura: 2% (ej.: *El peregrino,* de Jesús Torbado)

Cine: 3% *(ej.: El fugitivo,* de Andrew Davis)

Periodismo: 3% (ej.: *El responsable del nombramiento de Rubio tiene la obligación ética de dimitir, ABC,* 18-4-94)

1.1.4. Calificativo (constituye un rasgo predicativo más que un argumento; pero sobre todo en literatura y cine, en ocasiones, tiene la función propia de argumento):

Literatura: 5% (ej.: *El virtuoso,* de Margriet de Moor)

Cine: 5% (ej.: *Algunos hombres buenos,* de Rob Reiner)

Periodismo: 0%

1.1.5. Pertenencia geográfica:

Literatura: 1% (ej.: *Los de Chile,* de Serafín Fanjul)

Cine: 1% (ej.: *Los norteños,* de Alex Van Warmerdam)

Periodismo: 4% (ej.: *Los serbios derriban un avión británico de la OTAN cuando sobrevolaba Gorazde, El Mundo,* 16-4-94)

1.2. Agente animal:

Literatura: 8% (ej.: *Luciérnagas,* de Ana Mª Matute)

Cine: 4% (ej.: *Cucarachas,* de Toni Mora)

Periodismo: 0%

1.3. Agente vegetal:

Literatura: 2% (ej.: *La higuera seca,* de José Luis Prieto)

Cine: 4% (ej.: *Café irlandés,* de Tina Kellengher)

Periodismo: 0%

1.4. Agente múltiple o indeterminado. Siglas (Introducimos en este punto las siglas, consideradas como lexías complejas, ya que su uso en "la production de sens est fort intéressante"(C.Salaün-Sánchez,1984,p.1011)):

Literatura: 0%

Cine: 2% (ej.: *K2,* de Franc Roddman)

Periodismo: 23% (ejs.: *El gobierno sólo ayudará a SEAT si VOLKSWAGEN hace nuevas inversiones, El País,* 1-6-94; *El PP logrará el 12-J su primera victoria nacional sobre el PSOE, El País,* 4-6-94)

2. Operadores temporales:

Literatura: 5% (ej.: *Madrid 1940. Memorias de un joven fascista,* de F.Umbral)

Cine: 9% (ej.: *Los años oscuros, de Arantxa Lazcano)*

Periodismo: 1% (ej.: *Paz, ochenta años, ABC,* 31-3-94)

3. Operadores espaciales:

Literatura: 14% (ej.: *Real sitio,* de José Luis Sampedro)

Cine: 10% (ej.: *Un lugar en el mundo,* de Adolfo Aristarain)

Periodismo: 11% (ej.: *Peligro en Europa: doscientos aviones de la OTAN, en orden de combate,* ABC, 24-4-94)

4. Operadores objetuales:

Literatura: 7% (ej.: *La cruz de San Andrés,* de Camilo J.Cela)

Cine: 4% (ej.: *Aguja mortal,* de Alec Mills)

Periodismo: 0%

5. Operadores de acontecimiento.

5.1. Estáticos (expresan situaciones o estados):

Literatura: 20% (ej.: *Venganzas,* de Manuel Talens)

Cine: 12% (ej.: *Una proposición indecente,* de Adrian Lyne)

Periodismo: 2% (ej.: *Veintidós academias, por la unidad del idioma, ABC,* 25-4-94)

5.2. Dinámicos (manifiestan una acción):

Literatura: 8% (ej.: *Sabotaje olímpico,* de M.Vázquez Montalbán)

Cine: 13% (ej.: *Acosada,* de Phillip Noyce)

Periodismo: 5% (ej.: *Volver a ganar, ABC,* 23-3-94) (Junto al valor o rasgo específico de los distintos tipos de operadores ficcionales hasta ahora expuestos, es de reseñar que la mayoría de los títulos periodísticos implican un acontecimiento, generalmente dinámico, mediante una forma verbal en presente o futuro).

b)

1. Temas:

Literatura: 5% (ej.: *El séptimo cielo,* de Alice Offman)

Cine: 5% (ej.: *Caza de brujas,* de Irwin Winkler)

Periodismo: 8% (ej.: *Quien ríe el último, ABC,*21-3-94)

Es de observar una tendencia, cada vez más acusada, especialmente en periodismo, a la tematización del título.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

ALARCOS LLORACH, Emilio 1977 "El lenguaje de los titulares", en F.Lázaro Carreter (ed.), *El lenguaje en periodismo escrito,* Madrid, Fundación March, pp. 125-149.

ALBALADEJO MAYORDOMO, Tomás 1989 "La semántica extensional en el análisis del texto narrativo", en G.Reyes (ed.), *Teorías literarias en la actualidad,* Madrid, El Arquero, pp. 185-201. 1991 *Semántica de la narración: la ficción realista,* Madrid, Taurus.

CASETTI,Francesco 1993 "L'autoreferenzialitá nel cinema: *8 e 1/2* di Fellini", en *VS,* 65/66, pp. 95-106.

DUCHET, Claude 1973 *"La fille abandonnée* et *La bête humaine,* éléments de titrologie romanesque", en *Littérature,* 12, pp. 49-73.

GOMEZ MOMPART, José Luis 1982 *Los titulares en prensa,* Barcelona, Mitre.

HOEK, Leo H. 1981 *La marque du titre,* La Haye, Mouton.

KAYSER, Wolfgang 1968 *Interpretación y análisis de la obra literaria,* Madrid, Gredos.

KRISTEVA,Julia 1977 *Polyloge,* Paris, Seuil.

KUNTZEL, Thierry 1975 "Le travail du film, 2", en *Communications,* 23.

MARTINEZ ARNALDOS, Manuel 1980 "Semántica del título en la narrativa breve de R.Pérez de Ayala", en *Monteagudo,* 71, pp. 23-30. 1991 "Morfosintaxis del título en español", en *Estudios Románicos,* 7, pp. 115-148.

NUÑEZ LADEVEZE, Luis 1991 "El título periodístico informativo", en *Manual para periodismo,* Barcelona, Ariel, pp. 220-241.

PEREZ DE AYALA, Ramón 1963 "La importancia de los títulos" y "Domando la tarasca", en *O.C.,* vol.,III, Madrid, Aguilar, pp., respectivamente, 142-147 y 299-306.

REY DEBOVE, Josette 1979 "Essai de typologie sémiotique des titres d'oeuvres", en S.Chatman, U.Eco y J-M Klinkenberg (eds.), *A Semiotic Landscape,* The Hague - Paris - New-York, Mouton, pp. 698-701.

RICARDOU, Jean 1978 *Nouveau problèmes du roman,* Paris, Seuil.

ROPARS-WUILLEUMER, Marie-Claire 1982 "L'instance graphique dans l'écriture du film", en *Littérature,* 46, pp. 59-81.

SALAUN-SANCHEZ, Carmen 1984 "Analyse d'un code: les titres d'un hebdomadaire espagnol", en T.Borbé (ed.), *Semiotics Unfolding,* vol., III, Berlin - New-York - Amsterdam, Mouton, pp., 1009-1016.

THIBAULT-LAULAN, Anne-Marie 1973 "Imagen y comunicación", en VV.AA., *Imagen y comunicación,* Valencia, Fernando Torres, pp., 17-45.