

Una lectura sociosemiótica de *La presentación de sí*

Amossy, R. (2018). *La presentación de sí. Ethos e identidad verbal*. Buenos Aires: Prometeo.

Ezequiel Vasen

Cual sofista, Amossy no es solo una teórica de la argumentación y el discurso sino, ante todo, una extraordinaria rétorica. En *La presentación de sí* (2018 [2010]) acompañadxs por una prosa pedagógica y didáctica leemos un abordaje interdisciplinario (lingüístico, discursivo, retórico, y sociológico) de su objeto: “la presentación de sí en su dimensión verbal” (2018: 203). La obra se inserta en un conjunto más amplio de títulos en los que la autora desarrolla hace dos décadas una *teoría de la argumentación en el discurso*, enmarcada dentro de la escuela francesa de análisis del discurso, en la que se registran nombres como los de Pêcheux, Robin, Maingueneau, Charaudeau y Meyer. Estructuraremos el análisis en tres partes: un brevísimo resumen del recorrido de la obra y las cuestiones tratadas –quien desee un epítome que siga al pie de la letra el libro puede consultar la reseña de Bettendorff (2011)–; proseguiremos con una lectura de las tesis centrales del libro en clave sociosemiótica (Verón, 1993); por último, formularemos un breve análisis de caso, a partir de un perfil de *Tinder*, para dar cuenta de las herramientas que brinda el libro al estudio de la presentación de sí en los discursos sociales que circulan en las plataformas digitales.

I. Estructura y contenido de *La presentación de sí*

Los primeros tres capítulos del libro asientan los “Fundamentos teóricos” del mismo. En el primero, Amossy recorre algunas de las disciplinas y teorías que han abordado el fenómeno en cuestión: la retórica antigua –griega y latina– y contemporánea, la microsociología de Goffman y la escuela francesa de análisis del discurso; no considera la pragmatialéctica y la lógica informal, por haber desestimado el *ethos* al priorizar el *logos*.

En Aristóteles, Barthes y Perelman la empresa retórica (persuadir para lograr un acuerdo en base a lo verosímil y razonable) se logra, en parte, gracias al *ethos*, la imagen de sí que lx oradorx construye, intencionalmente, sirviéndose del lenguaje mediante las modalidades de enunciación –y no el contenido del enunciado– en pos de volverse creíble.

Por otro lado, Goffman postula que en toda circunstancia lx sujetx, inevitablemente, se presenta ante los demás, de forma adecuada a la interacción social en la que se encuentra; producto de esta interacción emerge una identidad. Detrás de la máscara otra máscara. Así la distinción entre

ser y parecer –fundante de toda imputación de manipulación– postulada por la retórica aristotélica, y sus seguidorxs contemporáneos (Meyer, 2013: 252), queda obsoleta. La construcción de la imagen de sí no es un talento de lx oradorx sino algo inmanente a toda interacción social.

Por último, Maingueneau¹ realiza dos aportes cruciales retomados por Amossy: a partir de Ducrot distingue entre *ethos* mostrado y dicho –cuando quien locuta es el referente de su enunciado–, además, inserta al *ethos* en un contexto sociodiscursivo y sentencia que este sufre una doble determinación (discursiva, reglas relativas al género, e ideológica, el imaginario social que aquí será abordado a través de la estereotipación [*stéréotypage*]). De esta manera, la voluntad de lx hablante queda constreñida a la selección de una escenografía (v.g. padre de familia, profesor, hombre de pueblo, etc.), dentro de un arsenal preexistente, que le permite modelar su imagen. Tras este recorrido Amossy sienta las bases para su investigación al asimilar, en su totalidad, las nociones de *ethos* y de presentación de sí, ampliada, esta última, al conjunto de los intercambios verbales.

El segundo capítulo está abocado al estudio de la influencia del “imaginario sociodiscursivo” (cf. Charaudeau), que responde a una *doxa*, en el proceso de construcción del *ethos*. La autora retoma sus estudios previos (Amossy y Herschberg Pierrot, 2001) sobre la estereotipación, los estereotipos y los procesos de construcción de una identidad verbal.

En búsqueda de relacionar lo discursivo con lo social –extradiscursivo– y el interdiscurso, Amossy postula en el capítulo tercero el concepto de *ethos* previo. Este último es retomado por todo discurso, ya sea para reelaborarlo, ya sea para profundizarlo. Dichas tesis refutan los postulados de Bourdieu en *¿Qué significa hablar?* Según el sociólogo, el poder del discurso está dado por factores extralingüísticos: la posición de lx oradorx en el campo, dígase las “condiciones institucionales de producción y recepción”. Por el contrario, los ejemplos de discursos sociales que Amossy brinda restituyen el poder del verbo al demostrar que el discurso y la imagen de sí que este proyecta pueden insertar a lx sujetx en posiciones de autoridad que legitimen su accionar al reelaborar el *ethos* previo.²

La segunda parte del libro está abocada al estudio de las “Modalidades verbales” del *ethos*; allí la autora se detendrá en el análisis de manifestaciones discursivas concretas de su objeto. En el capítulo cuarto se presenta la teoría de la enunciación –a partir de los desarrollos de Benveniste, Kerbart-Orecchioni y, en menor medida, Ducrot– en pos de utilizar sus herramientas para revelar la inscripción de la subjetividad en el discurso y el *ethos*; para ello, se analizan distintos géneros discursivos haciendo énfasis en el tipo de destinatarix –directx, doble, ausente y el caso del auditorio heterogéneo–. Como evidencia en la teoría de la enunciación, la subjetividad siempre está constituida a partir de la relación de alteridad yo-tú, Amossy amplía el alcance de esta tesis – en un desarrollo que retoma, de modo tácito, una tesis de Garand (2007: 124)– y aborda, en el quinto capítulo, la gestión colectiva del *ethos*. Dicha noción es entendida como el efecto de la relación de fuerzas que se da en los juegos especulares interdiscursivos –es decir, la negociación

¹ Puede consultarse una síntesis de la teoría de Maingueneau (2010) en el artículo “El enunciador encarnado”, citado en la bibliografía; allí, al igual que nosotrxs, el autor francés ejemplifica el *ethos* a partir del análisis de perfiles de la red social de encuentros sexo-afectivos dominante en Europa: *Meetic* –hoy dicho lugar lo ocupa Tinder–.

² Las tesis de Bourdieu, también son criticadas por Butler (1999), quien le adjudica concebir el lenguaje como un instrumento que refleja lo social cual superestructura. Además, Butler también insiste en la alteración de las posiciones previas mediante el discurso: “es claramente posible hablar con autoridad *sin* estar autorizado a hablar” (Butler, 1999: 123; traducción propia).

resultante de la relación entre producción y reconocimiento teniendo en cuenta las imágenes de sí y de los otros que cada instancia discursiva conforma—. Además, el “yo” no se relaciona solo con el “tú”, sino también con un “nosotros”; dicha relación —objeto del sexto capítulo— se puede dar de dos formas: los casos de locución colectiva, en donde el “yo” es una instancia plural, y aquellos de locución individual, una persona toma la palabra y amplía su “yo” a un colectivo, que crea o refuerza, y le confiere identidad y/o resalta su *ethos* individual; ambas instancias discursivas proyectan un *ethos* colectivo. El último capítulo se aboca al análisis del impacto del borramiento enunciativo en el *ethos* y da cuenta de su especificidad —formas, efectos y funciones— en tres géneros discursivos: artículo científico, texto filosófico y prensa informativa.

II. La presentación de sí en la semiosis social

Finalizada esta breve síntesis de las cuestiones nodales de la obra, estamos en condiciones de tratar la teoría de Amossy en toda su complejidad. Todo discurso tiene cuatro dimensiones constitutivas: el *ethos* —“toda toma de la palabra implica la proyección de una imagen de sí” (Amossy, 2018: 181)—, la argumentatividad —“toda palabra orienta modos de ver” (2018: 27)—, la enunciación y el dialogismo —estudiado por Bajtín, quien señaló que “la palabra es siempre una reacción a la palabra ajena” (2018: 27)—. En sintonía con Plantin (2003: 71), la dimensión argumentativa y *ethótica* son presentadas por Amossy como *continuums* interdiscursivos que atraviesan de lado a lado los discursos, tesis que se podría vincular con la noción de semiosis de Verón y la dimensión retórica del discurso. Entonces, la argumentación es una variable presente, en todos los discursos, tipos y géneros discursivos, bajo diferentes modalidades en una transición cuantitativa gradual entre dos polos: la persuasión, en la que quien locuta no ataca directamente la postura inversa y finge no tener intención de influenciar, y la polémica, en la que se querellan tesis antagónicas en torno a una cuestión de índole pública (Amossy, 2017: 63).³ Al igual que la argumentación, el *ethos* se extiende, gradualmente, entre dos polos: la puesta en escena programada de antemano y el comportamiento espontáneo de una interacción rutinaria (Amossy, 2018: 207). Ahora bien, ¿cuál es la relación entre el *ethos* y las otras tres dimensiones constitutivas de lo discursivo?

En primer lugar, la relación entre *ethos* y argumentatividad. Según Meyer y Plantin —quien retoma al primero—, el *ethos* no es un argumento sino una “fuerza argumentativa”, una autoridad que le confiere poder a los argumentos al punto de detener los cuestionamientos que los impulsan (Meyer, 2013: 171-172); por ende, el *ethos* constituiría una dimensión independiente de la argumentación. Amossy refuta esta tesis al sostener que, así como la elección de los argumentos —al decir de Ducrot— influye en el *ethos* que un discurso proyecta (2018: 120), también el *ethos* “puede ser un argumento” y participa de la “lógica de lo razonable” (2018: 210). Además, en tanto todos los discursos son argumentativos, el *ethos* es inevitablemente retórico, ya que “apunta a tener un impacto sobre el otro” (2018: 57). En conclusión, “El *ethos*, por definición, está vinculado al *logos*” (2018: 211).

³ La polémica es esquematizada por Plantin en un modelo argumentativo interaccional bajo roles actanciales: Proponente (P), Oponente (O), sus respectivxs aliadxs (P' y O') y el Tercero (T) o auditorio —que se mantiene en la modalidad de la duda— (1998: 25-29).

En segundo lugar, el *ethos* “está anclado en la enunciación” (2018: 57); “toda imagen de sí es necesariamente tributaria de la relación ‘yo’-‘tú’” (2018: 122), las personas gramaticales construyen una subjetividad y una identidad discursivas.

En último lugar, respecto de la relación entre el *ethos* y el dialogismo, cabe decir que el primero, en tanto efecto de sentido de un discurso, alcanza la existencia “mediante la interpretación del otro” (2018: 208) –en los términos de Verón, es, incluso desde un punto de vista lógico, impensable un discurso social sin condiciones de reconocimiento (CR) y producción (CP)–. De allí también que, inmerso en la circulación de los discursos, el *ethos* sea el producto de una orquesta polifónica, una “gestión colectiva” (2018: 154). En suma, es en la semiosis social (Verón, 1993) donde emerge el *ethos*, siempre tributario de “una serie de acciones-reacciones” interdiscursivas (2018: 209). Como propone para futuras investigaciones Amossy: “hay que ir más lejos”; llevar estas tesis hasta las últimas consecuencias, “abordar la génesis de las imágenes de sí en la circulación de los discursos” sociales a lo largo del tiempo (2018: 208); abordar las dimensiones constitutivas de la discursividad en la semiosis, podríamos agregar.

Establecidos los principios primeros de la teoría de Amossy cabe interrogar a las misma con respecto a dos cuestiones: el lugar de lx sujetx en el marco del compatibilismo que sostiene la autora y la inserción del *ethos* en la “semiosis”, y esto último teniendo en cuenta las “condiciones” y la “gramática” de producción junto con “lo ideológico”, y las “condiciones” y “gramáticas” de reconocimiento junto con “el poder” (Verón, 1993, 1995).

A. Sujetxs

Como ya señalamos, en el primer capítulo, Amossy hace un recorrido disciplinario para asimilar las nociones de *ethos* y presentación de sí. Recurre para ello, una vez más (cf. Amossy 2017, “Primera parte”), al procedimiento retórico de agrupar todas las teorías en dos bandos y presentar la propia como la síntesis superadora: de una vereda, lxs voluntaristas preocupadxs por la persuasión y abocadxs al estudio del *ethos* retórico; enfrente, lxs deterministas preocupadxs por la interacción y abocadxs al estudio de la presentación de sí en la vida cotidiana. Entonces, “¿el sujeto hablante es libre de elaborar una imagen de sí que responde a las intenciones de su elección o asume, a menudo sin saberlo, aquella que le imponen las reglas y los ritos del intercambio social?” (2018: 56). ¿Cuerpo prediscursivo que se sirve del lenguaje para presentarse o el cuerpo como producto discursivo de la presentación?

Según Amossy, esta incompatibilidad entre una versión posmoderna de lx sujetx y el *ethos* como instrumento persuasivo es aparente, “desaparece en el momento en que se tiene en cuenta que las determinaciones sociodiscursivas y la agentividad no se ubican en el mismo plano.” (2018: 114). La rétorica continúa su argumento distinguiendo entre un plano ideológico, discursivo, institucional, cultural y de significaciones codificadas que hablan a lx sujetx, y otro, donde lx locutorx habla, participa de la dinámica del intercambio como una instancia activa al realizar actos de habla en los que ejerce su voluntad y por los que es responsable. Dos ejemplos auxilian esta distinción: lx pretendiente y lx candidatx políticx. Ambxs son habladxs por un lenguaje estereotipado y prefabricado, proyectan una imagen de sí convencional.

Sin embargo, a nadie se le ocurriría negar al locutor su capacidad de realizar una presentación de sí que lo compromete, (...) sería aún más impensable despojarlo de la plena responsabilidad de sus dichos. Desde esta perspectiva, el *ethos* está fuertemente presionado y, a la vez, es plenamente compatible con las nociones de agentividad y de responsabilidad,

en el sentido moral de asumir y aceptar las consecuencias y en el sentido práctico de rendir cuentas. (2018: 115).

Mediante un argumento *gramatical* (Nietzsche, 2012: §17) anclado en la responsabilidad moral y práctica, Amossy rechaza el determinismo y postula un compatibilismo danzante entre subjetivismo y objetivismo, entre locutorx y sujetx.⁴

El compatibilismo también se encuentra en una obra posterior de Amossy: *Apología de la polémica* (2017 [2014]). Allí, la autora retoma las tesis de Plantin (2003) y las conjuga con la teoría política de Mouffe para proponer una “retórica del *dissensus*” como base del juego democrático. En el capítulo sexto de dicho libro, dedicado a la violencia verbal, Amossy expande los territorios de la razón al incluir el análisis de la violencia verbal a la retórica en tanto registro discursivo. No obstante, la frontera del *logos* no se rompe, sino que se desplaza, ya que sigue habiendo algo externo a la racionalidad. La violencia física, en tanto, es calificada por Amossy como “traición suprema al logos” (2017: 183), y se ubica fuera del orden de lo discursivo y del alcance del análisis retórico. Esposito (2006) arguye que esta tajante oposición entre comunicación y violencia, se fundamenta en la segunda de las tesis de la politicidad natural del hombre en Aristóteles. (El humano, en tanto *zoon logon échon*, es un *zoon politikón*; es decir, en tanto animal racional es un animal político; utiliza la palabra y la razón para discernir lo bueno de lo malo, lo justo de lo injusto y actuar conforme a ello para el bien de la comunidad (2015: 3-18).) Dicha tesis supone una concepción instrumental del lenguaje: unx sujetx racional preexistente al lenguaje toma a este como herramienta neutral para procesar las controversias, ya sea para acordar o para coexistir en ellas (Esposito, 2006: 62).

En conclusión, tanto la expulsión aristotélica de la violencia de lo verbal como la condena del lx locutorx a la responsabilidad moral-práctica a partir de la gramática traslucen un humanismo. No obstante, según Lévi-Strauss (1997) y Foucault (1968) la finalidad de las ciencias sociales no es construir a lx humanx, sino disolverlx. Ora “relé en la circulación de sentido”, ora “sistema socioindividual”; Verón profesa un antihumanismo (Verón, 1993: 149; 2009; 2013; 1995: 35). “De modo que no hay ningún ‘yo’ que, situado *detrás* del discurso, ejecute su volición o voluntad *a través* del discurso.” (Butler, 2018: 317). Esto nos obliga a traicionar en ciertos puntos el texto de Amossy para lograr una apropiación sociosemiótica (Verón, 1993).⁵

⁴ La tensión entre las figuras de locutorx y sujetx se manifiesta en diversos análisis discursivos que realiza Amossy a lo largo de su obra; por ejemplo, en el capítulo sexto, la autora estudia la proyección de un *ethos* colectivo en los discursos de Clinton y Sarkozy. La primera pareciera estar llena de voluntad e intención (“La locutora realiza allí una elección identitaria”; “la política proyecta un ethos”; “Clinton se esfuerza por proyectar una imagen” (2018: 173-174)), mientras que el segundo pareciera estar sujetado por su discurso, aunque también tiene cierta agencia (el locutor: “adopta una identidad, trabaja para concretarla, reforzarla, modelarla”; “se presenta como iniciador mediante el uso recurrente del verbo ‘proponer’”; “logra negociar su imagen de político, más allá de la imagen de la colectividad que construye en el manejo del ‘nosotros’” (2018: 177-178)). En ambos ejemplos hay una tensión: el discurso proyecta una imagen de sí y lx locutorx se presenta utilizando del lenguaje.

⁵ Al teorizar en torno al *ethos*, Fanese (2014) también se detiene en la cuestión de lx sujetx. Tras criticar a Aristóteles y los teóricos de la enunciación –Benveniste y Ducrot (recordemos que la enunciación consiste en “poner a funcionar la lengua por un acto individual de utilización” en el que lx locutorx “toma la lengua por instrumento” (Benveniste, 2004: 83))– por voluntaristas, y tomar distancia respecto del compatibilismo de Maingueneau y Amossy, la autora retoma la teoría de Bourdieu y sostiene que “el ethos, más que la volición del sujeto, revela el capital social y simbólico del sujeto que habla.” (Fanese, 2014: 211). Recuérdese la crítica de Butler a Bourdieu expuesta en la segunda nota.

B. Producción

En sintonía con esta última noción de lx sujetx y parafraseando a Amossy, podemos decir que la presentación de sí no es una *creatio ex nihilo*; el carácter dialógico de toda discursividad manifiesta que “la imagen de sí se construye necesariamente en su relación constitutiva con el discurso social o el interdiscurso”, es decir, con la semiosis; de esta manera, “el ethos discursivo es siempre una reacción al ethos previo” (2018: 86). Las “fuentes” del *ethos* previo –es decir, las “condiciones de producción (CP)” (Verón, 1993) del *ethos*– son: los estereotipos, los nombres propios (deudores de una memoria discursiva), la reputación personal, las interacciones previas y el estatus socio-institucional (2018: 84-85 y 90). El *ethos* previo, en tanto CP, deja “marcas” en el discurso que el analista debe convertir en “huellas” (Verón, 1993) al relacionar el discurso objeto con aquello que “se dice y se sabe, o se cree saber” de su portavoz (Amossy, 2018: 87).

Las relaciones de un discurso con sus condiciones sociales de producción se sistematizan en “lo ideológico” (Verón, 1993). La principal determinación ideológica, y fuente del *ethos*, que aborda Amossy son los estereotipos y los procesos de estereotipación. A partir de Charaudeau y Aristóteles, sostiene que la proyección discursiva del *ethos* se nutre de estereotipos preexistentes anclados en un “imaginario sociodiscursivo” que responde a una “*doxa*”. La *doxa* es el conjunto de representaciones evidentes y universales de una comunidad. Dentro de dicha comunidad coexisten diferentes grupos con “imaginarios sociodiscursivos” propios, engendrados a partir de los discursos sociales que circulan en ellos, que organizan sistemas de pensamiento creadores de valores que legitiman la acción social. Los estereotipos, representaciones colectivas yacentes en las inmensas mansiones de la memoria discursiva, son categorías que favorecen la cognición al constreñir lo real a la inmutabilidad taxonómica del esquema. Están compuestos por un “núcleo temático” (vg. etnia, profesión, género, nacionalidad, clase económica, léxico, etc.) y una serie de “atributos obligados” (vg. puntual, serio, socialista, erudito, formal, etc.) –aunque no sean todos activados en cada una de sus ocurrencias, ya que el estereotipo permite variaciones en su actualización–. (Amossy, 2018: 60-63).

La urdimbre que anexa estos contenidos, la ideología con la gramática de producción y con lo ideológico, se atestigua en los procesos reflexivos de estereotipación. Dentro de las múltiples reglas que ofician en la gramática de producción de un discurso la perspectiva lingüística de Amossy se focaliza en la genérico discursiva. Cada género discursivo supone reglas y roles estereotipados que determinan las rutinas de interacción. Pese a las variables propias de la actualización de un género discursivo en una locución particular, este imprime sobre lxs sujetxs estereotipos sociales determinantes en la conformación de su identidad producida durante la interacción (2018: 63-66). Cabe destacar que el estereotipo que el discurso proyecta sobre lx sujetx no es identificado por este sino por el analista.

C. Reconocimiento

Hacia adelante, en la semiosis, es otro el panorama: si bien hay una sola gramática de producción, las gramáticas de reconocimiento son indeterminadas (Verón, 1993). Este desfase, según Amossy, hace posibles la aparición de “problemas de comunicación”, si un estereotipo es leído desde una *doxa* o un imaginario sociodiscursivo diferente, el *ethos* parecerá incongruente y se harán atribuciones de identidad indeseable. Esto se debe a que “el estereotipo es por definición

una construcción de lectura” (Amossy, 2018: 72), solo existe si sus características constituyentes son identificadas en discursos posteriores.

Las condiciones de reconocimiento de un discurso constituyen el campo de sus efectos posibles, “efectos de sentido” que se inscriben en el tejido de las relaciones sociales al configurar sus relaciones de poder; al igual que lo ideológico, el poder es una dimensión omnipresente a lo largo de la semiosis (Verón, 1995). Por ello, el *ethos* es también una relación de fuerzas, una lucha que puede debilitar o fortalecer “los efectos de dominación” (Amossy, 2018: 81). Según Amossy, la estereotipación del *ethos* es una parte fundamental en este proceso agonístico, en tanto y en cuanto imprime una identidad sobre lxs sujetxs; la presentación de sí lxs ubica en una posición y les asigna un rol dentro de un campo, les confiere autoridad al tiempo que los vincula con otrxs, en un discurso que retoma y (re)negocia los *ethé* previos.

De esta manera, podemos decir que Amossy inserta la identidad en la semiosis al considerarla un efecto de sentido. Planteo deudor de Goffman y de Maingueneau; este último sostiene que la identificación es el resultado de la adhesión –espontánea, automática e irracional– de un cuerpo a un universo de sentido, lx sujetx incorpora esquemas cognitivos que habilitan la inteligibilidad de sí y de lxs otrxs, integrándolo a una corporalidad social (Maingueneau, 2010: 211 y 224; Amossy, 2018: 55). Social en tanto miembro de una comunidad de sentido y en tanto efecto de un proceso de producción social de sentido (Verón, 1993: 125). El cuerpo como inteligibilidad semiótica. Una vez más: nada detrás de la discursiva corporalidad.

III. El *ethos* en las plataformas

La presentación de sí (Amossy, 2018) abunda en ejemplos y cada una de sus tesis son presentadas a partir de análisis cualitativos de discursos sociales concretos. La autora focaliza su atención en diversas variables, para dar cuenta de la proyección discursiva del *ethos* durante la presentación de sí: campo sociológico, género discursivo, escenografía discursiva, reglas, roles, rutinas, estereotipos, procesos de estereotipación, identidades, estilo, léxico, argumentos, personas gramaticales y subjetivemas (afectivos, evaluativos y axiológicos). Al concentrarse en la dimensión lingüística de la presentación de sí, este análisis tiene ciertos “límites” explicitados por Amossy (2018: 27): los aspectos no verbales y semióticos (decorado, pose, gestos, vestuario, elementos corporales, *emojis*, etc.). Estos límites se nos presentan como desafíos y terrenos a conquistar para lograr un abordaje sociosemiótico de la presentación de sí. Proponemos entonces, poner en juego las conceptualizaciones de Amossy mediante un análisis de la presentación de sí de un discurso social concreto que circula en una plataforma en la que el fenómeno *ethótico* ocupa un lugar central: Tinder (cf. tinyurl.com/18966491).

Comencemos con una breve descripción de algunas de las reglas que podemos reconstruir de la gramática de producción de nuestro discurso objeto. Tras identificarse lx usuarix mediante ubicación, nombre, género y edad (atributos no verificados por la plataforma) y subir las fotos del perfil, Tinder le permite seleccionar su universidad, trabajo y hasta cinco intereses de un stock total de cincuenta y ocho; además, da la opción de vincular una cuenta de *Instagram* y *Spotify* a su perfil, mostrando sus fotos y eligiendo su canción preferida; todos estos elementos acompañarán al texto escrito (de hasta quinientos caracteres) redactado por lx usuarix en reacción al sintagma “sobre vos”. De este modo, la plataforma, en tanto “dispositivo” (Traversa, 2001), constriñe la

enunciación en los marcos de un género discursivo particular con reglas, más o menos flexibles, y roles preestablecidos que dialogan directamente con las funciones y usos sociales de la misma.

El género discursivo que rige la conformación del perfil puede ser denominado “autoficcional” (Robin, 1996). Su regla principal es hablar de “sí mismo”; lo cual no nos debe llevar a confundir el *ethos* mostrado con el dicho –nuestro análisis se asienta en el primero–. En su discurso lx sujetx realiza una “producción identitaria autorreferencial” (Cháneton, 2007: 149) que tiene por efecto de sentido la configuración de una subjetividad colectiva –tributaria de una doxa, un imaginario sociodiscursivo y estereotipos– al mismo tiempo que singular e idiosincrática, “porque permiten al ‘yo’ del enunciador adelantar una diferencia” (2007: 94); aunque, paradójicamente, son estos géneros discursivos, en los que “el locutor supuestamente se presenta en su singularidad”, donde más interviene el proceso de estereotipación (Amossy, 2018: 66). Como señala Moreno Barrenche (2019a; 2019b), a partir de Sibilia (2008): sería un error circunscribir esta autoficción a una mera referencialidad.⁶ Tinder es un dispositivo performativo –una “pornotopía” (Preciado, 2010) digital–, su semántica produce lo que nombra. Por otra parte, la finalidad social de la plataforma ubica a lxs usuarixs en torno a una serie de roles preestablecidos en función de su respuesta a una cuestión tácita: *¿qué querés?* Es decir, el propósito que el usuario le asigna a su uso de la plataforma, que se distiende gradualmente entre dos extremos: chat online y pareja monógama⁷ estable. Ya sea mediante el *ethos* mostrado o el *ethos* dicho, ya sea insinuando una respuesta a la cuestión con fotos o explicitándola en el texto, el discurso vehiculiza un proceso de estereotipación que produce una identidad leída en su recepción bajo un imaginario sociodiscursivo que taxonomiza a lxs usuarixs, para hacer más eficaz (en el sentido económico y productivo del término) su intelección a partir de la matriz heterosexual.⁸

⁶ Tal postura podría ser atribuida a Maingueneau, quien desde la teoría de la enunciación sostiene que: “En este género de discurso, el hablante se esfuerza por valorar un producto que no es otro que sí mismo; en los términos de O. Ducrot, el locutor-L debe promover las calidades del locutor-Lambda, es decir, del ‘ser del mundo’ que se encuentra fuera de la enunciación, para provocar una reacción favorable por parte de un acompañante potencial.” (Maingueneau, 2010: 216).

⁷ Si bien existen usos desviados, a diferencia de otras plataformas, la arquitectura e interfaz de Tinder imposibilita vínculos no monógamos dentro de la misma.

⁸ No especificaremos aquí los roles resultantes de las configuraciones discursivas puestas en juego porque para ello sería necesario realizar estudios en recepción.

Co, 18

✓ Verificado

♂ Bisexual Mujer

📍 A 3 km de distancia

Moda Bloggear Repostería
Astrología Té

ENFP - acuario

I'm dumb as shit, me olvidé de como andar en bici 🤪

quien para estar como en la última foto

Si me vas a invitar a tomar algo, que sea un té 🍵

Mi canción

HOLO

LeeHi



27 fotos de Instagram



Compartí tus fotos de Instagram también

📷 Conectar

Figura 1

Analicemos las interpelaciones que dan inicio al perfil. El primer rasgo lingüístico al que hay que poner atención es el nombre y la edad: “Co, 18” (fig. 1). El diminutivo crea proximidad y familiaridad con lx lectorx y la edad posiciona a la mujer en el lugar de lxs recién llegadx; atributo que supone un mayor capital simbólico-erótico en el mercado sexual, únicamente, para las sujetas de género femenino. Dicha posición trasciende una condición etaria y se atribuye a quienes hayan empezado recientemente a utilizar la plataforma; tan valorada está la misma que *OkCupid* – competencia de *Tinder*– ofrece como servicio pago la visualización directa de dichxs usarixs bajo la categoría: “*new people*”. Acompaña el nombre y la edad un ícono garante de que una persona física ha creado la cuenta: “verificado”. La localización es un elemento que no debe pasar desapercibido, residir dentro de la zona norte de la Ciudad Autónoma de Buenos Aires ubica a la usuaria en una configuración específica de clase entramada con la performativa (auto)definición genérico-sexual. Los intereses: “Moda”, “Bloggear”, “Astrología”, “Repostería” y “Té”; retomados en la escritura; contribuyen a proyectar un *ethos* femenino particular que se enlaza con actividades propias de una clase socio-económica en un proceso de estereotipación que produce

una identidad. Adentrémonos en el discurso escrito para describir dicho proceso en profundidad y, así, dar cuenta del *ethos* proyectado.

Cuatro sintagmas componen la materialidad lingüística. El primero: “ENFP⁹ - acuario”; dos prácticas asoman aquí en intrínseca relación con el *ethos* dicho, la usuaria da cuenta de su categoría de “activista” taxonomizada por un test de personalidad¹⁰ y reitera el locus astrológico al introducir su signo; la descripción de su carácter en base a criterios externos se presenta como relevante en la búsqueda de vínculos que la plataforma supone. Esta doble categorización, adyacente a dos prácticas culturales específicas –sean o no incompatibles–, asigna a nuestra usuaria un capital cultural determinado, la estereotipan en una locación particular de la relación género-clase; esto último teniendo en cuenta que la astrología es un saber que encuentra más adeptos en el público femenino (sobre todo en las clases medias) antes que en el masculino heterosexual. En la primera parte del segundo sintagma vuelve a presentarse el *ethos* dicho: “*I’m dumb as shit*” [soy re tonta]; en esta ocasión se muestra el estereotipo de *bimbo*, término utilizado por lxs angloparlantes para referir a mujeres atractivas físicamente y no inteligentes –una carencia fingida antes que sustancial–; tras la coma continúa el sintagma como un ejemplo argumentativo que refuerza la tesis previa. De esta manera, el segundo sintagma proyecta un estereotipo de mujer no inteligente e infantil (por el hecho de olvidarse como andar en bici sumado al *emoji* de un payaso), dos estereotipos habitualmente conjugados con la inocencia. En suma, el conjunto de estos elementos contribuye a crear un *ethos* femenino de heteronomía y, por extensión, dependencia de la figura masculina-paternal.

El tercer sintagma obedece a la regla gramatical que hemos referido en tanto respuesta a la cuestión: *¿qué querés?* “quien [*sic*] para estar como en la última foto”. Aquí el argumento se presenta en toda su multimodalidad, una pregunta que constituye una invitación referencia un ícono (fig. 2) en el que se observa una mujer abrazada en la cama junto con otra persona a quien le da la espalda para observar en conjunto un film de princesas. No solamente asume un rol particular al establecer sus objetivos y pretensiones en la plataforma (que desplazan, pero no eliminan, el interés sexual), sino que también refuerza el locus de la infantilidad e inocencia.

⁹ ENFP: sigla para indicar “extraversión, intuición, sentimiento y percepción”.

¹⁰ <https://www.16personalities.com/es>. Irónicamente, la primera pregunta del test es: “Te resulta difícil presentarte a ti mismo ante otras personas.”. Una vez más: no nos detendremos en la personalidad “ENFP”/“activista” ni en el signo astrológico de la locutora porque lo que nos interesa es el *ethos* mostrado, no el dicho.



Figura 2

El cuarto sintagma está constituido por un condicional: “Si me vas a invitar a tomar algo, que sea un té 🍵”. Aquí vuelve a aparecer la impronta de la regla mencionada anteriormente, esta vez en relación con el tipo de cita que la usuaria pretende. En primer lugar, detengámonos en la persona gramatical, el “me” connota (y performa) pasividad en la usuaria. En segundo lugar, observemos el antecedente, aquí la acción de ir “a tomar algo” tiene un valor diferencial respecto del resto de las citas posibles: plaza, actividad cultural, cine, boliche, etc.; a su vez, la apelación al “té” en el consecuente también se inserta en un campo semántico con valores diferenciales, en esta ocasión respecto a la cerveza prioritariamente, mediante su negación. El condicional crea un tipo de cita basado en la conversación diurna –opuestos a la música y a la festividad nocturna– proyectando un estereotipo de persona madura y/o infantil (tensión sobre la que volveremos luego). Por último, aparece un subjetivema afectivo en el *emoji*: la invitación a tomar té será enviada y recibida con amor, haciéndola potencialmente aceptable. A la luz de este tipo de cita, no es menor el hecho de que “Repostería” y “Té” aparezcan como intereses, dos consumos y actividades gastronómicas identificadas –cuando son realizadas por mujeres, ya que basta que sean realizadas por un hombre para que adquieran un carácter público y profesional¹¹ en la *doxa* como representaciones del género femenino vinculadas a la actividad doméstica de la vida privada.

El análisis de Amossy se focaliza en lo simbólico y deja de lado lo icónico e indicial, dos dimensiones que deben ser atendidas para dar cuenta del interés por la “Moda” en el perfil de la usuaria. En cuatro de las seis fotos en las que aparece la usuaria la indumentaria asume un rol protagónico (fig. 4, 5, 7 y 8). La pose que inviste dicho vestuario, en tanto *performance*, “dice que se es algo, pero decir que se es ese algo es posar, o sea, no serlo.” (Molloy, 2012). Es decir, al tiempo que se afirma una postura se evidencia la impostura de la misma. Este juego nominal y productivo de la (im)postura significativa dice presente en la iconicidad que visibiliza a la usuaria lábil a escenografías y estereotipos diversos: de *playmate* (fig. 4 y 8) a *stylish* (fig. 5 y 7). En las

¹¹ Sobre este *double standard* Bourdieu señala que “las mismas tareas pueden ser nobles y difíciles cuando son realizadas por unos hombres, o insignificantes e imperceptibles, fáciles y triviales cuando corren a cargo de las mujeres, como lo recuerda la diferencia que separa al cocinero de la cocinera, al modisto de la modista; basta con que los hombres se apoderen de tareas consideradas femeninas y las realicen fuera de la esfera privada para que se vean ennoblecidas y transfiguradas” (2017: 79).

dos imágenes compuestas por primeros planos (fig. 3 y 6), uno levemente picado y el otro contrapicado, la pose proyecta una imagen de sí de introversión y timidez al mismo tiempo que de picardía y complicidad mediante el contacto indicial a través del “eje ojos-en-los-ojos” (Verón, 1983); en última instancia la ambigüedad se manifiesta en el pulgar que reposa sobre la boca (fig. 6): reminiscente a una fase oral de la primera infancia vinculada al chupete al mismo tiempo que connota otras alusiones. Por último, el meme de la última foto del perfil (fig. 9) refuerza la pasión por la moda mediante un efecto que construye una imagen de sí basada en la excentricidad: tan a la moda, que le gente no comprende ni sabe apreciar.

En último lugar, extraviada entre la tontera, la inocencia y la infantilidad señaladas, aparece una actividad vinculada a capacidades cognitivas diferentes al resto de las mencionadas. El interés “Bloggear” se presenta como un significado abierto: si bien supone la actividad de lectura (y, quizás, escritura), no tenemos otra referencia en el discurso objeto sobre la misma. El lugar secundario que ocupa dicha actividad se puede vincular con el hecho de que la usuaria no haya completado la información relativa a su lugar de estudios ni referido a ello en el texto escrito; información que suele ser considerada relevante para lxs usuarixs de la plataforma y, extrañamente, ausente en un perfil que ha hecho uso de casi todas las opciones que la misma brinda. “Goffman menciona que las jóvenes universitarias norteamericanas evitaban, cuando se encontraban en compañía de varones, hacer alarde de su inteligencia y capacidad para tomar



Figura 3



Figura 4



Figura 5

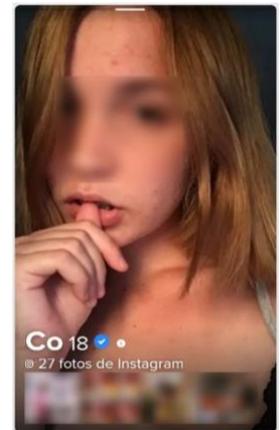


Figura 6



Figura 7

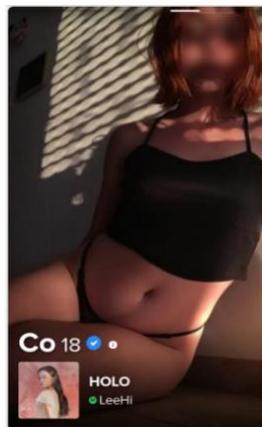


Figura 8



Figura 9

decisiones (1980: 50) para proyectar una imagen femenina que confirmara la del ‘sexo débil’ buscada por los hombres.” (Amossy, 2018: 47). Aunque según Amossy el contexto cambió y no podría decirse lo mismo de las jóvenes de hoy; hipótesis que merece ser testeada. Además, cabe resaltar que la orquesta comunicativa no se ausenta en el discurso objeto, el cual retoma como canción preferida “HOLO” de LeeHi (fig. 1, 7, 8 y 9), cantautora de *K-pop*; referencia que no solo contribuye al proceso de estereotipación al indicar un gusto, con todo lo que ello implica, e identifica a la usuaria como miembro de una colectividad, sino que también le añade un ritmo indicial al discurso resaltando y ocultando ciertos aspectos de su iconicidad y simbolicidad.

En suma, en el discurso se manifiesta una tensión entre la inocencia propia de la infantilidad vehiculizada por la película de princesas, el no saber andar en bici, el estereotipo de *bimbo girl*, el té (en tanto bebida no alcohólica), etc.; y, la picardía y la madurez manifiestas en la moda, las poses, el té (en tanto conversación diurna), la estabilidad y la intimidad que suponen ver películas infantiles abrazada con alguien, etc. Esta tensión compone una estrategia retórico discursiva que proyecta un *ethos* sexual infantilizado; rasgo frecuente en el *K-pop*. Este proceso de estereotipación performa una identidad femenina entramada con una configuración de clase específica vinculada a la astrología, el test de personalidad, la escritura en inglés, el interés por la moda y el gusto musical.

Referencias

- Amossy, R., (2018 [2010]). *La presentación de sí. Ethos e identidad verbal*. Trad.: Salerno, P. Buenos Aires: Prometeo.
- , (2017 [2014]). *Apología de la polémica*. Trad.: Padró, M. Buenos Aires: Prometeo.
- Amossy, R., y Herschberg Pierrot, A., (2001). *Estereotipos y clichés*. Bs.As.: Eudeba.
- Aristóteles, (2015). *Política*. Trad.: Livov, G. Buenos Aires: Prometeo y editorial UNQ.
- Benveniste, E., (2004). *Problemas de Lingüística General, tomo II (PLG II)*. México: Siglo XXI.
- Bettendorff, P., A., (2011). “Reseña *La présentation de soi. Ethos et identité verbale*.”. Buenos Aires: *RÉTOR*, 1(1), pp. 104-112.
- Bourdieu, P., (2017). *La dominación masculina*. Trad.: Jordá, J. Barcelona: Anagrama.
- Butler, J., (1999). “Performativity’s social magic”. En Shusterman, R. (ed.) *Bourdieu: A Critical Reader*. Oxford: Blackwell. 113-118.
- , (2018). *Cuerpos que importan. Sobre los límites materiales y discursivos del “sexo”*. Buenos Aires: Paidós.
- Cháneton, J., (2007). *Género, poder y discursos sociales*. Buenos Aires: Eudeba.
- Esposito, R., (2006 [1998]). “Lenguaje y violencia entre Benjamin y Canetti”. En *Δαιμόνιον. Revista de Filosofía*, nº 38, 61-69.
- Fanese, G., (2014). “Estereotipos de género y blogs. *Ethos* en disidencia”. En *La Aljaba*, Segunda época, Volumen XVIII.

- Foucault, M., (1968). “Las ciencias humanas”. En *Las palabras y las cosas*. Trad.: Frost, C., E. Buenos Aires: Siglo XXI.
- Garand, D., (2007). “La función del *ethos* en la formación del discurso conflictivo” en Montero, A., S. (ed. 2016) *El análisis del discurso polémico*. Buenos Aires: Prometeo.
- Lévi-Strauss, C., (1997). *El pensamiento salvaje*. Colombia: Fondo de Cultura Económica.
- Maingueneau, D., (2010). “El enunciador encarnado. La problemática del *Ethos*”. En *Otras Voces*, versión 24, UAM-X, México, pp. 203-225.
- Meyer, M., (2013). *Principia Rethorica. Una teoría general de la argumentación*. Trad.: Agoff, I. Buenos Aires: Amorroutu.
- Molloy, S., (2012). “La política de la pose” en *Poses de fin de siglo: Desbordes del género en la modernidad*. Buenos Aires: Eterna Cadencia Editora.
- Moreno Barrenche, S., (2019a). “La estilización del yo en redes sociales: la proyección on-line de la identidad personal como artificio semiótico.” en *deSignis 30. Ciberculturas / Tercera Época. Serie Transformaciones (enero-junio de 2019)*, 77-89.
- , (2019b). “La proyección online del yo entre individuación y colectivización” en *InMediaciones de la Comunicación*, 14 (1), 65-84.
- Nietzsche, F., (2012). *Más allá del bien y del mal*. Trad.: Sánchez Pascual, A. España: Alianza.
- Plantin, C., (1998). “La interacción argumentativa”. *Escritos*, Revista del Centro de Ciencias del Lenguaje.
- , (2003). “De polemistas a polemizadores” en Montero, A., S. (ed. 2016) *El análisis del discurso polémico*. Buenos Aires: Prometeo.
- Preciado, P., B., (2010). *Pornotopía. Arquitectura y sexualidad en «Playboy» durante la guerra fría*. Barcelona: Anagrama.
- Robin, R., (1996). *Identidad, memoria y relato*. Buenos Aires: Oficina de publicaciones del CBC (UBA).
- Sibilia, P., (2008). “Yo narrador y la vida como relato” en *La intimidad como espectáculo*. Buenos Aires: Fondo de Cultura Económica.
- Traversa, O., (2001). “Aproximaciones a la noción de dispositivo”. En *Signo y Seña*, n° 12, Buenos Aires.
- Verón, E., (1983). “Está ahí, lo veo, me habla”. En *Revista Comunicativa*, N° 38, *Enonciation et cinéma*, Seuil, París. Trad.: Del Coto, M., R.
- , (1987). “La palabra adversativa. Observaciones sobre la enunciación política.” En Verón E., Arfuch L., Chirico M. M., Ipola E., Goldman N., González Bombal M. I., Landi O. *El discurso político. Lenguajes y acontecimientos*. Buenos Aires: Hachette.
- , (1993). *La semiosis social*. Barcelona: Gedisa.

- , (1995 [1978]). “Semiosis de lo ideológico y el poder” en *Semiosis de lo ideológico y del poder. La mediatización*. Buenos Aires: Facultad de Filosofía y Letras, Universidad de Buenos Aires (UBA).
- , (2009). “Claude Lévi-Strauss y el fin del humanismo” en Bilbao, A., Grass S., y Bermeren, P. (ed.) *Claude Lévi-Strauss en el pensamiento contemporáneo*. Buenos Aires: Colihue.
- , (2013). “Lógicas sistémicas sociales y socio-individuales” en *La semiosis social, 2*. Buenos Aires: Paidós.

Ezequiel Vasen [\(\[vasenezequiel@gmail.com\]\(mailto:vasenezequiel@gmail.com\)\)](mailto:vasenezequiel@gmail.com)

Estudiante de grado en UBA:

Lic. en Ciencias de la Comunicación (FSOC) y

Lic. en Filosofía (FFYL)

UBACyT, *Retomas discursivas en tiempos de convergencia*.
El campo de los efectos. Dir. Del Coto, M., R.