

**COMUNICACION DE MASAS Y
PRODUCCION DE IDEOLOGIA:
ACERCA DE LA CONSTITUCION
DEL DISCURSO BURGUES
EN LA PRENSA SEMANAL**

Por: ELISEO VERON

**Sociólogo, Director del Centro de
Investigaciones Sociales, Instituto
Torcuato Di Tella, Buenos Aires,
Argentina.**

La operación de “encuadre del discurso” es discursiva, no sólo porque implica operadores como los dos puntos y la anáfora, vale decir, relaciones inter-frásticas, sino también porque la constitución de las relaciones enunciador/enunciación/citación es un proceso temporal que presupone la lectura. Una primera constitución de estas relaciones esbozada en el título, se transforma progresivamente a través de los lazos título/texto, texto/imagen, imagen/epígrafe y también, naturalmente, a lo largo del texto mismo. Está claro, pues, que los reenvíos múltiples contenidos en la materia significativa forman parte del “tejido” a través del cual los

vínculos enunciador/enunciación/citación son “producidos” discursivamente.

A propósito de la operación de encuadre, se ha tratado de describir diferencias entre los dos tipos de semanarios (burgueses y populares) que se refieren a la constitución discursiva del enunciador y de sus relaciones con su propia enunciación y con el discurso de los otros; referencia anafórica sin identificación en un caso, referencia con identificación en el otro caso; presencia y ausencia, respectivamente, del conector “:” en superficie, el cual reenvía a operaciones muy diferentes entre sí, cuya utilización sistemática y simultánea tiende precisamente a oscurecer, en los semanarios burgueses, los límites entre enunciador/enunciación/citación. En la medida en que estas diferencias en el encuadre conciernen fenómenos discursivos, deben a su vez ser analizadas a la luz de las propiedades del texto que resulta, por este medio, encuadrado.

Es posible detectar, en los dos tipos de semanarios, dos maneras diferentes de tomar otros discursos sociales, por decirlo así, como “modelos”: en el semanario burgués, el relato literario; en el semanario popular, el discurso “informativo” típicamente producido por otros medios de comunicación, como los diarios e incluso los programas informativos televisados. Como consecuencia, en el primer caso encontramos ciertas operaciones de la enunciación que caracterizan el texto de ficción; mientras que en el segundo caso descubrimos la tematización explícita de la institución de los medios de comunicación en general y de los periodistas en particular, como mediadores entre los acontecimientos y los consumidores. Dicho de otra manera: para dar cuenta de ciertas propiedades de estos textos, es preciso relacionarlos con otros textos.

El análisis presentado en este artículo se refiere solamente a un fragmento del corpus de base: se ha trabajado con el encuadre del discurso y con algunos procedimientos utilizados en los epígrafes que comentan las imágenes. Los fragmentos de textos de notas reproducidos, tienen por único objeto enriquecer el análisis, más detallado, de las opera-

ciones de encuadre. Pero aun en este nivel, extremadamente parcial, se ha podido bosquejar, cotejando el corpus de base con una muestra más amplia, una primera descripción de los dos tipos de semanarios.

Sin embargo, cabe manifestar que estos fragmentos de descripción están lejos todavía de constituir un conjunto orgánico de diferencias que permita extraer conclusiones sistemáticas. Especialmente, con este estudio se ha querido sobre todo ilustrar una estrategia de investigación relativa al vínculo discurso/ideología, estrategia que deriva a su vez de una cierta teoría sobre la relación lingüística/sociología.

NOTA: Hoy se publica la segunda parte de este trabajo, cuya primera entrega se hizo en el número anterior.

II PARTE

LAS OPERACIONES INTER—TEXTUALES: A PROPOSITO DE UN EFECTO DE RECONOCIMIENTO

Cuando analicé el corpus correspondiente al caso García, dí tal vez demasiada importancia a las diferencias lexicales, por ejemplo al empleo de lo que había entonces llamado el “operador terrorismo” en los semanarios burgueses. (18). Pude constatar más tarde que el término “terrorismo” en tanto unidad lexical, puede aparecer (y de hecho ha aparecido) tanto en uno como en otro tipo de semanario. Y si había encontrado en el encuadre del semanario popular la expresión “asesinato político” para clasificar el atentado a Rosendo García (ver más arriba, título 17) encontramos ahora la expresión “crimen político” en un semanario burgués (ver título 3): este tipo de diferencias no parece llevarnos demasiado lejos. No evidente entonces que las tendencias diferenciales que pueden ser detectadas a nivel lexical no constituyen el fenómeno pertinente para nuestro análisis. Las diferencias estadísticas en el plano del vocabulario son el parecer (al menos en el discurso de prensa) bastante inestables y cambiantes. Es, por el contrario, en el plano de las **operaciones** que recaen sobre el material lexical que se sitúan las diferencias estables y sistemáticas entre los dos tipos de semanarios.

Ahora bien, como ya lo dijimos, estas operaciones remiten en última instancia a una teoría de la enunciación; dicha teoría no ha sido aun elaborada. El problema es tanto más complejo cuanto que el enunciador cuyo modelo nos interesa no es un productor de enunciados, sino un productor de **discursos**. Dicho de otro modo, estas operaciones son siempre operaciones discursivas.

La operación de encuadre del discurso, de la que hemos hablado en las secciones precedentes, es discursiva no sólo porque implica operadores como los dos puntos y la anáfora, vale decir, relaciones interfrásticas, sino también porque la constitución de las relaciones enunciador/enunciación/citación es un **proceso temporal que presupone la lectura**. Una primera constitución de estas relaciones esbozada en el título, se transforma progresivamente a través de los lazos título/texto, texto/imagen, imagen/epígrafe y también, naturalmente, a lo largo del texto mismo. Está claro pues que los reenvíos múltiples conte-

nidos en la materia significante forman parte del “tejido” a través del cual los vínculos enunciador/enunciación/citación son **producidos** discursivamente. Lo que muestra bien hasta qué punto el análisis de los fenómenos anafóricos es un aspecto esencial de la modalización del discurso por el enunciador. El principio según el cual la modalización es un proceso temporal que remite, en última instancia, al proceso de recepción del texto, a la lectura, es de una importancia extrema; sin embargo, carecemos todavía de los instrumentos de análisis que podrían permitirnos dar cuenta de dicho proceso.

A propósito de la operación de encuadre hemos tratado de describir diferencias entre los dos tipos de semanarios que se refieren a la constitución discursiva del enunciador y de sus relaciones con su propia enunciación y con el discurso de los otros: referencia anafórica sin identificación en un caso, referencia con identificación en el otro caso; presencia y ausencia, respectivamente, del conector (:) en superficie, el cual reenvía a operaciones muy diferentes entre sí, cuya utilización sistemática y simultánea tiende precisamente a oscurecer, en los semanarios burgueses, los límites entre enunciador/enunciación/citación. En la medida en que estas diferencias en el encuadre conciernen fenómenos discursivos, deben a su vez ser analizadas a la luz de las propiedades del texto que resulta, por este medio, encuadrado. No podemos desarrollar aquí, por razones de espacio, un análisis en detalle de los textos mismos. Es útil sin embargo señalar, en un plano puramente intuitivo, una diferencia importante que se refiere justamente a la manera en que el enunciador se hace cargo de la narración. En el Cuadro 4 se reproducen dos fragmentos (el comienzo de los textos internos del semanario popular por un lado, y de uno de los semanarios burgueses, por otro lado) que integran el corpus del caso Vandor.

Se observará que el discurso del semanario popular es, de hecho, muy próximo al discurso de los diarios: la descripción es un “informe” sobre los hechos; el enunciador, que se define como “periodista” (de igual modo que en muchos discursos que están asociados a la categoría de “la información”) nunca sobrepasa los límites establecidos por la tarea (de la cual existe una representación social) consistente en acudir al lugar de los hechos, observar, interrogar a los testigos, formular una síntesis. En el texto del semanario burgués, en cambio, resulta claro hasta qué punto el enunciador se coloca en la posición típica del novelista y construye su relato desde una perspectiva que sólo parecería aceptable dentro del universo de la ficción literaria: asisti-

mos al acontecimiento “desde adentro”, por decirlo así; se nos cuentan los últimos instantes del drama e incluso lo que ha visto el personaje principal segundos antes de su muerte. En el semanario burgués, el periodista en tanto **mediador social** ha sido borrado, mientras que en el semanario popular se lo tematiza de una manera permanente y desde el inicio mismo de la narración.

CUADRO 4

Tipo B

(26) —Hola Vandor, ¿qué dice?

—Hola, Cafierito.

Lo ando buscando a Miguel Gazzera. ¿Está por ahí?

—No, aquí no.

—¿Cómo se prepara para mañana,

Vandor? Todo saldrá bien, ¿no?

—¿Usted cree, Cafierito?

Eran las once y media pasadas, el lunes 30 de junio, cuando Augusto Vandor colgó el teléfono luego de este breve diálogo con el economista Antonio Cafiero, uno de sus allegados.

(...)

—Ché, voy a ver qué **cornos** pasa.

Solo alcanzó a ver dos intrusos que dispararon contra él; Vandor quedó tendido en el pasillo (...)

(Pp)

Tipo P

(27) Faltaba poco para la hora del almuerzo. De pronto, los teléfonos de las redacciones se agitaron. Sonaron sin solución de continuidad. “Señor, hablo del barrio de Parque Patricios, he escuchado una tremenda explosión, ¿qué ha ocurrido?” Después, a modo de violento aperitivo la pregunta que conmocionó al país.

¿Es cierto que ha muerto Augusto Vandor?”. Veinte minutos después de producido el hecho, decenas de periodistas y muchos policías y bomberos se hallaban frente al edificio de la Unión Obrera Metalúrgica, ubicado en la calla Rioja 1945 .

(A)

Es posible detectar, en los dos tipos de semanarios, dos maneras diferentes de tomar otros discursos sociales, por decirlo así, como “modelos”; en el semanario burgués, el relato literario; en el se-

manario popular, el discurso “informativo” típicamente producido por otros medios de masas, como los diarios e incluso los programas informativos televisados. Como consecuencia, en el primer caso encontramos ciertas operaciones de la enunciación que caracterizan el texto de ficción, mientras que en el segundo caso descubrimos la tematización explícita de la institución de los medios masivos en general, y de los periodistas en particular, como mediadores entre los acontecimientos y los consumidores. Dicho de otra manera: para dar cuenta de ciertas propiedades de estos textos, es preciso relacionarlos con otros textos. Los discursos sociales se co-determinan. (19).

Conviene agregar una observación relativa a los textos que acabo de reproducir. Si recorremos la muestra de semanarios, nos resultará fácil constatar que la transcripción literal de diálogos, tal como aparece en (26), no es muy frecuente en los semanarios burgueses y es en cambio mucho más común en los semanarios populares. En el material sobre Vandor, sin embargo, hemos hallado la distribución opuesta: uno de los semanarios burgueses encabeza la nota sobre la muerte de Vandor con la reproducción de un diálogo. ¿Cómo explicar esta diferencia entre la tendencia general evidenciada en la muestra, y lo que encontramos en el corpus de base? ¿Debemos considerar que este último constituye una “excepción”? Está claro el grado de arbitrariedad que pueden contener las decisiones acerca del carácter excepcional de determinadas características textuales, cuando estamos investigando un cierto sistema de diferencias, y sería demasiado cómodo, a esta altura de nuestros conocimientos, echar mano de razonamientos acerca de “tendencias” estadísticas. Esta situación muestra bien hasta qué punto es preciso pasar de la superficie textual a las operaciones semánticas profundas: no es la mera presencia o ausencia de la “forma diálogo” lo que distingue los semanarios burgueses de los populares; debemos indagar cuál es la naturaleza de la forma dialógica que pueda aparecer en superficie. Lo que resulta pertinente en (26) no es la forma dialógica misma, sino los **componentes ficcionales** que la acompañan; como ya se señaló, el hecho de que el productor se coloque en la posición omnisapiente del autor de ficción. Esta posición puede lograrse a veces, en los semanarios burgueses, por medio de la forma dialógica, entre otros procedimientos. En los semanarios populares, en cambio, los diálogos **no van más allá de lo que un periodista ha podido llegar a registrar**. A diferencia de (26) los diálogos reproducidos en los semanarios popu-

lares excluyen todo elemento ficcional (entendiendo por tales ciertos componentes que el periodista, en tanto testigo, no puede nunca por definición haber registrado, como es el caso de las últimas impresiones de un hombre, segundos antes de morir).

Volvamos ahora al principio de co-determinación de los discursos sociales. Voy a tratar de precisarlo, porque encierra consecuencias metodológicas muy importantes. Para ello, retomaré la cuestión de los titulares. Hemos visto que los semanarios burgueses se caracterizan por un encuadre discursivo particular, las **denominaciones**. Vamos a analizar ahora una de las varias maneras en que los semanarios burgueses construyen esas denominaciones. Se trata de un procedimiento típico de dichos semanarios, que los semanarios populares, en cambio, no utilizan nunca. El Cuadro 5 reproduce un cierto número de títulos, extraídos de semanarios del tipo B. Algunos han sido tomados del **Nouvel Observateur**.

CUADRO 5

Ejemplos de títulos internos (Tipo B)

- (28) Protesta a la italiana (**An**, 15—6—71)
- (29) La consagración de la máquina (**An**, 6—5—69)
- (30) Parlamento
La caldera del diablo (**Pp.** 27—4—65)
- (31) Jockey Club
El proyecto y las vísperas (**Pp.** 27—4—65)
- (32) Cine
El director que quería vivir (**Pp.** 30—11—65)
- (35) Radicales
Mañana es San Balbín (**Pu.** 30—11—65)
- (34) Israel
¿Quién le teme a Ben Gurrion? (**C**, 30—9—65)
- (35) Universidad
Los niños nos miran (**Pp.** 3—11—70)
- (36) Jeux Olympiques
Le vieil homme et la neige (**NObs**, 31—1—72)
- (37) Dictature

- La belle et les bêtes (NOBS, 10—7—72)
(38) Cinéma
Le rose et le noir (NObs, 1—11—71)
(39) Télévision
La mort en rose (NObs. 4—10—71)
-

El procedimiento es perfectamente claro. El título está construido sobre la base de una denominación pre-existente, ya conocida dentro de un cierto “espacio cultural”. El reenvío del título a la denominación original pre-existente puede ser literal, como en (30) y (35): se reproduce, sin ningún cambio, el título en español de una célebre serie televisada (30) o el de una película italiana (35). El efecto se reduce pues, en este caso, al juego de aplicar esa denominación a un objeto que en principio le es extraño (por ejemplo, al Parlamento). En la mayoría de los casos, sin embargo, se retoma una denominación ya constituida y reconocible dentro de la cultura, pero con pequeñas alteraciones. La operación inter-textual puede realizarse dentro de un mismo campo semántico: el cine (32), la política (33), o bien implicar un pasaje entre campos semánticos heterogéneos: del cine a la política (37), del teatro a la política (34), de la música a la actualidad cultural (29), (se trataba de una exposición de máquinas de escritorio), de la literatura al cine (38), etc. Es preciso observar que a veces se trata de un pasaje bastante complejo, vale decir, que la “comprensión” del título presupone por parte del lector la movilización de una cultura muy rica, presupone que el lector debe “despertar” en sí recuerdos muy precisos. Tomemos el ejemplo (31): la denominación original es literaria (una novela llamada **El incendio y las visperas**). Se ha reemplazado “incendio” por “proyecto”. Pero es necesario recordar que el “proyecto” se refiere a la reconstrucción de un edificio (el del Jockey Club) que precisamente había sido incendiado por los partidarios de Perón en los años cincuenta.

¿Cuál es la significación de semejante procedimiento de construcción de denominaciones sin identificación en los semanarios burgueses (y sobre todo con relación al hecho de su ausencia completa en los semanarios populares)? En el transcurso de una investigación, **el modo** de formular este tipo de hipótesis es decisivo. Porque la descripción literal en el plano de la superficie discursiva no nos asegura que hayamos identificado el efecto de sentido que resulta pertinen-

te para un cierto nivel de análisis del discurso. Si nos limitamos a describir un procedimiento en sus detalles específicos, su eventual desaparición posterior dentro de un cierto tipo de discurso plantearía un problema: ¿acaso la naturaleza del discurso ha cambiado? (Es preciso tener en cuenta, además, que el procedimiento que discutimos no es el único utilizado en los semanarios burgueses para construir las denominaciones). Se trata, por supuesto, del bien conocido problema del nivel de descripción y de las posibilidades de generalización. Si conseguimos formular hipótesis relativas al efecto de sentido en un nivel profundo, y en consecuencia, si logramos identificar **constantes sub-yacentes**, estaremos entonces en condiciones de **reconocer el mismo efecto de sentido detrás de operaciones que son diferentes en el plano de superficie**. El procedimiento que hemos descrito, por ejemplo, se utiliza en la actualidad cada vez menos. De hecho hubo en Argentina un período en que su empleo amenazaba alcanzar un punto de saturación (sobre todo en la época “clásica” de constitución del discurso de tipo B, alrededor de 1966); ha sido preciso entonces echar mano de otros mecanismos para la construcción de los títulos. Lo cual no quiere decir que un cierto efecto de sentido haya sido abandonado: convendrá explorar la posibilidad de que se obtenga el mismo efecto anterior por medio de otras operaciones semánticas.

Es preciso reconocer que esta referencia a un efecto de sentido que deriva de operaciones semánticas profundas es extremadamente vaga. Sin embargo, me parece crucial no ceder a la tentación de abandonar este tipo de perspectiva con el pretexto de que, en la actualidad, no podemos formularla con demasiada precisión. La razón es que en el plano de la estrategia de investigación, las consecuencias metodológicas de este punto de vista son muy importantes. Vuelvo por un instante a la posibilidad de un análisis retórico, a la que ya hice referencia más arriba. Al encontrarnos con títulos como los del Cuadro 5, podríamos pensar en la conveniencia de emprender una descripción “poética” o “retórica” de esos textos, identificando figuras y tropos. Ahora bien, en mi opinión, una aproximación “literaria” al discurso de prensa estaría desencaminada. Por un lado porque una vez que hubiésemos, identificado los procedimientos empleados, nos hallaríamos todavía en cero acerca de las razones de su presencia en el discurso analizado. Por otro lado, porque existe naturalmente una gran diversidad de procedimientos que aparecen en los títulos de los semanarios, y parece difícil que ciertos empleos coinci-

dan con nuestro eje de pertinencia, a saber, el clivaje de clase en el plano del consumo.

Respecto de la operación inter-textual ilustrada por los títulos del Cuadro 5, me parece posible formular un cierto número de observaciones. Ellas tienen el carácter de hipótesis de trabajo, dentro de un tipo de investigación que está apenas en sus comienzos.

a) Ante todo, este tipo de título es reconocible, como ya lo señalé, por el hecho de ser denominaciones que contienen **las huellas** de otras denominaciones pre-existentes. Esto es lo que nos autoriza a hablar de una operación inter-textual.

b) La recuperación de la denominación pre-existente a través del título, puede hacerse con o sin alteraciones. En el primer caso, las transformaciones no sobrepasan nunca un cierto umbral, a fin de permitir el reconocimiento de la denominación original.

c) A nivel de la sustancia semántica, a menudo es visible una cierta “motivación”, que puede adoptar diversos valores (ironía, juego de palabras, sarcasmo, etc). Al mismo tiempo, existe por cierto una relación entre el título y el contenido del texto correspondiente. Dicho esto, el aspecto “literario” no me parece pertinente para apresar lo que hay de constante en el procedimiento. Podríamos demorarnos en una descripción de los aspectos “motivados” de los títulos: está claro que (37) es peyorativo respecto de los militares brasileños de los que se trataba; (30) es evidentemente irónico aplicado al Parlamento, etc. En todo caso, a este nivel cada título es diferente de todos los demás. A veces, no parece estar presente una motivación, lo cual implica que el procedimiento mismo, en este plano de superficie, se reduce a un efecto literario puramente formal que deriva de la simple puesta en relación de dos denominaciones (una denominación original y una denominación transformada).

d) La condición relativa al **conocimiento previo** de la denominación original nos acerca a un aspecto clave. Se trata de un efecto de sentido que podríamos llamar un “dejá lu”. El título es un estímulo de los recuerdos culturales del lector, su funcionamiento reposa sobre un saber del que participan el productor y el consumidor del texto. De esta manera, el título consigue **insertar lo nuevo (la “actualidad”) dentro del marco de un efecto de reconocimiento**. La presentación de

un hecho que es por definición **nuevo** dentro del tiempo histórico del que se trata (la semana, lo cual no implica que deba ser necesariamente un hecho **desconocido**, como lo señalé a propósito de la naturaleza metalingüística de los semanarios se realiza de tal modo que la “novedad” queda asociada a un efecto de evocación. Este efecto de evocación o de reconocimiento concierne pues **un universo cultural respecto del cual el título instaura una “complicidad” entre productor y lector.**

e) El efecto de reconocimiento, que a mi juicio constituye uno de los aspectos esenciales de todo **efecto ideológico**, produce un doble resultado: de **inclusión** o participación en ese universo cultural (la “complicidad”) y de **exclusión** de todos aquellos que no poseen el conocimiento previo necesario para poder recuperar la denominación original a través de la denominación transformada.

f) Sería sin embargo demasiado fácil reducir lo esencial de esta operación a lo que acabamos de señalar, es decir, al conocimiento necesario para la identificación (lo cual nos llevaría a consideraciones sobre el “nivel de educación” del lector). Me parece que este aspecto “objetivo”, por decirlo así, es relativamente secundario. Porque la operación de que hablamos consigue en última instancia superar los límites definidos por sus propias condiciones: Una vez establecido como procedimiento sistemático dentro de un cierto tipo de discurso, vale decir, una vez obtenido un cierto aprendizaje en el lector (y, por lo tanto, el hábito de una “expectativa”) **se vuelve innecesario que exista efectivamente una denominación original cuya transformación da lugar al título.** Este tiene todavía el “aire” de ser una transformación de “algo conocido”, **aunque en realidad no lo sea.** El efecto de reconocimiento está, de todos modos, asegurado. Resulta claro hasta qué punto el resultado es paradójal: como lector, me digo: “debe haber un libro, un film, o alguna otra cosa, **que he olvidado**, de donde ha sido tomado este título. A partir del aprendizaje, el trabajo ideológico de la identificación satisfecha a una cierta cultura se efectúa por sí solo, **sobre la base de un reconocimiento enteramente imaginario.**

g) Por otro lado, el reenvío inter-textual del que aquí se trata pone en juego mecanismos sumamente importantes de unificación ideológica: son los reenvíos inter-textuales que constituyen la red cognitiva de un cierto espacio cultural. Tocamos aquí pues un aspecto central de las operaciones discursivas, a saber, el de los reenvíos in-

ter-textuales que producen una cierta cultura de clase como universo a la vez relativamente cerrado y relativamente integrado.

Dicho esto, debe quedar claro que estamos todavía muy lejos de poder describir dichas redes con un mínimo de precisión. Porque no basta con mostrar que esta dimensión existe y que está ligada a efectos ideológicos: será necesario comenzar a explorar la **naturaleza específica** de las relaciones así instauradas, más allá de su “función” general. En consecuencia, el trabajo a realizar es por lo menos doble: por una parte, remontar desde las marcas en la superficie discursiva hacia las operaciones subyacente (siendo la marca, en el caso particular que discutimos, un sistema de reenvíos inter-textuales entre superficies discursivas), pero por otra parte remontar de las operaciones subyacentes hasta las relaciones semánticas primitivas (“pre-construidas”) que dichas operaciones presuponen. Lo que quiere decir que, si dentro del discurso de los semanarios burgueses que estudiamos existe un efecto de reconocimiento, no se trata de un reconocimiento indeterminado, sino muy probablemente del reconocimiento de “paquetes” de relaciones semánticas profundas que será preciso postular.

X X X

El análisis que he presentado en este artículo se refiere solamente a un fragmento del corpus de base: hemos trabajado con el encuadre del discurso, y con algunos procedimientos utilizados en los epígrafes que comentan las imágenes. Los fragmentos de textos de notas que hemos reproducido tenían por único objeto enriquecer el análisis, más detallado, de las operaciones de encuadre. Pero aun en este nivel, extremadamente parcial, hemos podido bosquejar, cotejando nuestro corpus de base con una muestra más amplia, una primera descripción de dos tipos de semanarios. Referencia sin identificación en los títulos, apoyada en una anáfora que recae sobre la imagen; vínculo argumentativo texto/imagen; estructuración compleja del tiempo semanal; constitución de campos operatorios que permiten una oscilación entre operaciones muy heterogéneas entre sí, pero señaladas en superficie por la misma marca; construcción de las denominaciones sin identificación por medio de una operación inter-textual que produce un efecto de reconocimiento, por un lado. Referencia única con identificación en el encuadre; vínculo de reenvío recíproco (redundancia) entre texto e imagen; tiempo semanal atomizado y poco articulado, sin jerarquía entre los acontecimientos; ausencia de

campos operatorios y de denominaciones que produzcan efecto de reconocimiento (tal como hemos podido detectarlos en el otro tipo), por otro lado. En un nivel más general, tematización del periodista como mediador social y límites comparativamente más claros entre enunciador/enunciación/citación en los semanarios populares, ausencia de dicha tematización y mayor confusión de esos límites, en los semanarios burgueses. Estos fragmentos de descripción están lejos todavía de constituir un conjunto orgánico de diferencias que nos permita extraer conclusiones sistemáticas. He querido sobre todo ilustrar una estrategia de investigación relativa al vínculo discurso/ideología, estrategia que deriva a su vez de una cierta teoría sobre la relación lingüística/sociología. (20).

Para terminar, quisiera insistir sobre un aspecto que ha sido mencionado al comienzo, y que tengo la intención de desarrollar en un próximo trabajo. Se trata del papel de las consideraciones extratextuales concernientes al contexto económico y político dentro del cual han sido producidos los textos que componen nuestro corpus. En efecto, si conseguimos elaborar un modelo general del sistema de diferencias entre los semanarios burgueses y los populares, se tratará de un modelo asociado a una situación histórica precisa, que tiene dos aspectos. Por un lado, ciertas propiedades del discurso de tipo **B** son ya, por decirlo así, “internacionales”, caracterizan ese tipo de semanario en muchos países y antes que nada en los países centrales. Según mi hipótesis, nos encontramos ante un tipo de discurso que acompaña la evolución de la clase dominante a partir de un cierto nivel del desarrollo industrial. Por otro lado, un determinado discurso burgués, comparable en cierta medida al anterior pero con sus “inflexiones” propias, comenzó a constituirse en América Latina durante la década del sesenta. La emergencia de este tipo de discurso en los países dependientes coincide con el momento en el cual la burguesía industrial local se ve obligada a adaptarse a las nuevas condiciones de la dominación imperialista en la región: pasaje a la industrialización restringida y por lo tanto a la internacionalización del mercado interno. No es pues una burguesía cualquiera ni tampoco la burguesía en general la que se habla a sí mismo y habla a la clase obrera en la prensa semanal que nos interesa (y esta es la razón por la cual elegimos el período 1960—1970 para nuestro estudio). Se trata de una burguesía que, en el momento mismo en que intenta instaurar una nueva doble relación (consigo misma y con la clase explotada), ha perdido ya toda esperanza de orientar en forma autónoma el desarrollo económico y el aparato político; una burguesía cuyo mito mismo (evocado repetidamente en nume-

rosos proyectos políticos) se encuentra, en los años sesenta, en proceso de disolución.

NOTAS:

- 1 Una primera discusión sobre el problema del estudio de las operaciones discursivas en el análisis de textos, se hallará en: Sophie Fisher y Eliseo Verón, "Baranne est uno creme"; una representación del encuadre teórico en el que se ubica el presente trabajo se desarrolla en Eliseo Verón, "Linguistique et sociologie: vers une logique naturelle des mondes sociaux". Ambos textos se encuentran en **Communications, Paris**, Editions du Souil, nº 21, 1973.
- 2 El mes parece ser el límite temporal máximo para poder hablar de "la actualidad".
- 3 El carácter relativamente "cerrado" de estos universos de lectura quiere decir que si conocemos cuál es el diario que lee un individuo, podemos predecir con una probabilidad muy alta, cuál es el tipo de semanario que consume. La lectura de un cierto tipo de diario está asociada a la lectura de un cierto tipo de semanario, una determinada clase de revista deportiva, etc. El número de consumidores cuyas lecturas pertenecen a la vez al universo "burgués" y al universo "popular", es extremadamente reducido.
- 4 Trabajo presentado al Coloquio "Teoría de la comunicación y modelos lingüísticos en ciencias sociales", Buenos Aires, Instituto Torcuato Di Tella, 1967.
- 5 "Ideología y comunicación de masas: la semantización de la violencia política", en: E; Verón (Comp.) **Lenguaje y comunicación social**, Buenos Aires, Ediciones Nueva Visión, 1969.
- 6 Para un análisis de los vínculos entre la figura de Vandor y la muerte de Rosendo García, véase Rodolfo Walsh, **Quién mato a Rosendo?**, Buenos Aires, Editorial Tiempo Contemporáneo, 1969.
- 7 En **Communications**, Nº 21, *op. cit.*, se hallará una bibliografía selectiva concerniente a la teoría de la referencia en relación al análisis del lenguaje natural.
- 8 Una discusión más detallada del problema del empleo de modelos del enunciado "mínimo" o "canónico" se hallará en Sophie Fisher y Eliseo Verón, "Barranne est une crème", *op. cit.*; *loc. cit.*
- 9 Sobre la noción de presuposición, *of.* sobre todo Oswald Ducrot, *Dire et no pas dire*, París, Hermann, 1972, y también la bibliografía del citado número de **Communications**.

- 10 O. Ducrot, **Dire et no pas diro**, *op. cit.* Ver también sus artículos: “La description sémantique des énoncés français et la notion de presupposition”, **L’ Homme**, 8(1): 37—53 (1966) y “Peu” et “un peu” **Cahiers de Lexicologie**, 16 (1): 21—52 (1970).
- 11 La tapa de **Gente** contenía un conjunto muy articulado compuesto de un título y dos subtítulos. Los trataremos como unidad, como se verá en seguida.
- 12 El título (15) corresponde a un semanario muy parecido a **Así**, cuya publicación fue interrumpida. Se llamaba **Ocurrió**.
- 13 La noción de expresiones de referencia única (**uniquely referring expressions**) está asociada a una larga discusión en el contexto de la teoría de la referencia, concerniente a los fenómenos analizados en un principio por Russell y por Frege con el nombre de “descripciones”. Para este problema puede verse sobre todo P.F. Strawson, “On referring”, **Mind**, 59: 320—344 (1950).
- 14 Las nociones de **flechaje** y de **recorrido** (**Flechage y parcours**) han sido tomadas de los trabajos de Antoine Culioli. Véase sobre todo “La formalisation en linguistique”, **Cahiers pour l’ Analyse**, 9:106—177 (1968). En términos más generales, el conjunto de la inspiración lingüística del presente trabajo debe mucho a la influencia de Culioli y a su proyecto de una semántica operatoria. Quiero reconocer explícitamente esta deuda, a pesar del empleo que hago, tal vez excesivamente metafórico, de sus conceptos.
- 15 Se trata, según lo que he podido comprobar, de una característica bastante difundida en una serie de países, con variaciones de grado.
- 16 Cf. “Ideología y comunicación de masas: la semantización de la violencia política”, *op. cit.*, *loc. cit.*
- 17 Esta marca aparece, sin embargo, en el fragmento de texto correspondiente al semanario burgués que se reproduce más adelante, lo cual muestra bien las precauciones que es preciso tomar al hacer generalizaciones. En la sección siguiente volveremos sobre esta aparente “excepción”.
- 18 Cf. “Ideología y comunicación de masas...”, *op. cit.*, *loc. cit.*
- 19 Tocamos aquí una problemática que sobrepasa decididamente los límites del presente artículo. En todo caso, no se trata de analizar los textos reproducidos en el Cuadro 4, sino tan solo de dar al lector la oportunidad de tener una impresión intuitiva de sus características.
- 20 Cf. Eliseo Verón, “Linguistique et sociologie: vers une “logique naturelle des mondes sociaux”, **Communications**, nº 21, *op. cit.*