

Draguero Edith Mabel

Escudero Mario Roberto

Marquez Miriam Edith

[marioescudero@yahoo.com.ar](mailto:marioescudero@yahoo.com.ar); [aor @infovia.com](mailto:aor@infovia.com); [Miriamedithmarquez@hotmail](mailto:Miriamedithmarquez@hotmail.com)

Universidad Nacional de San Luis

Área: Discursos, lenguajes, textos

Palabras claves: Discurso, ideología, enunciación

ANÁLISIS DEL DISCURSO A PARTIR DE UN MEDIO GRÁFICO NACIONAL. A  
PROPÓSITO DE LOS SUPLEMENTOS DE LA REVISTA CULTURAL Ñ

## INTRODUCCIÓN

En el presente trabajo nos proponemos ingresar al campo del *análisis de los discursos* y particularmente uno, el de la prensa gráfica.

Desde una mirada veroniana, este campo de análisis está integrado por el *analista* que se asume como el “observador”, diferenciándose del “consumidor” de los discursos que circulan y se cristalizan en los medios de comunicación. Por lo tanto, “uno y otro no hacen las mismas lecturas”.(E. Verón,1979: 11)

El analista, interroga al texto (que en adelante denominaremos discurso), desde diversas perspectivas metodológicas (teóricas, filosóficas y epistemológicas) que aplica a las superficies discursivas, mediatizando de esta manera la lectura.

El discurso siempre lleva implícito una carga ideológica que se traduce en *poder*, en términos de E. Verón: “ (...)conciérne pues a la problemática de los efectos de sentido de los discursos (...) y no puede ser estudiado sino en otro discurso que son sus efectos (...)”, (entendiéndolo como el resultado de un proceso infinito en la producción de sentido), en donde el *mensaje*, será el punto clave de las significaciones sociales que está estrechamente ligado a lo ideológico: “designa una dimensión de todo discurso, de toda producción de sentido circulante en una sociedad” (...) (E. Verón, 1979:6).

Arribamos así, a una primera aproximación teórica: en el universo del sentido nada es casual, el discurso nunca será neutro, ingenuo o despojado de ideología, siempre que circule en el seno mismo de una sociedad.

En tanto la definición de *poder* vinculada a la establecida por el diccionario de la Real Academia Española es: “*Tener facultad o autoridad para hacer algo. Tener más fuerza que otro*”. Para el consumidor ese poder asociado a la ideología, se transformará en “*creencia*”, que será desnaturalizada[1] y reconstituida por la lectura del analista.

Desde esta primera aproximación teórica pudimos percibir, que el corpus gráfico a analizar fue el campo propicio para materializar una práctica analítica determinada, que podría ir en desmedro de “las transformaciones socioculturales de los grupos sociales”[2] de la provincia de San Luis, y las consabidas relaciones entre las transformaciones y su evolución social, considerando el alcance del medio gráfico nacional.

Con relación a este punto, la conceptualización hecha por Eliseo Verón se corresponde con la propuesta de R. Barthes (a propósito de las mitologías), lo que ha determinado en llamar: el sistema semiológico segundo[3], que deforma los conceptos para naturalizarlos (cristalizándose a través de los medios masivos de comunicación en nuestra sociedad burguesa), para luego permitir que se interpreten repetidamente, participando así del hacer del mundo como un sistema de comunicación significativo (verbal o visual) que constituirá aquello que el autor denomina mito:

*(...) “Si el mito es un habla, todo lo que justifique un discurso puede ser mito. El mito no se define por el objeto de su mensaje sino por la forma en que se lo profiere: sus límites son sustanciales no formales, (...) cualquier materia puede ser dotada arbitrariamente de significación” (...)(R. Barthes, 1957:199).*

## DESARROLLO

El corpus seleccionado que analizaremos, está integrado por las secciones “Interior” de la revista cultural Ñ (suplemento especial semanal del medio gráfico nacional “Clarín”)

de Salta (edición del 30/10/04) y de San Luis (edición del 02/07/05), a las que se les destinaron doce páginas a la primera y ocho a la segunda titulada “La realidad cultural”.

A partir de lo anteriormente expuesto y teniendo en cuenta el concepto de *lugar común* como lo natural, universal y compartido que se ve materializado en los medios, nos preguntamos (tratando de “desnaturalizar” el eje central que dio origen a la sección mencionada) ¿qué se entiende por cultura?

En la actualidad existe una asociación, a veces inseparable, de la palabra “*cultura*” con: educación, conjunto de saberes, estructuras sociales, religiosas, de manifestaciones intelectuales, artísticas etc., que caracterizan una sociedad o una época como sinónimo de “refinamiento” (partiendo de la filosofía idealista) que se ha establecido como lugar común. Desde una perspectiva transdisciplinaria, el concepto de cultura abarca “*el conjunto de procesos sociales de producción, circulación y consumo de la significación en la vida social*” (...) (García Canclini, 2004:34), en donde los discursos forman parte de los mismos adquiriendo un valor del orden significativo.

Partiendo siempre desde un marco teórico-conceptual, realizaremos un análisis comparativo entre ambos soportes gráficos, tomando como parámetros los ejes temáticos pasado-presente y cultura-tradición.

En primera instancia, y siguiendo la clasificación propuesta para este caso por Eliseo Verón, analizaremos las que el autor denomina como *estrategias enunciativas*: contrato de lectura, simetría y complementariedad, opacidad y transparencia.

En el análisis de la portada del suplemento especial, correspondiente a San Luis, percibimos que el enunciador privilegió “la enunciación” (traducido esto en “las modalidades o las maneras del decir”), más que “el enunciado” (que es lo que representa el “contenido” o propiamente “lo que se dice”), ambos conceptos constituyen “el dispositivo de enunciación”, que para la prensa gráfica se denomina, según el citado autor, “*contrato de lectura*”. Este contrato está caracterizado por la construcción de una entidad discursiva que se presupone compartida entre el enunciador- destinatario, inmersos en una cultura común. Se conforma así, un marco propicio para el juego de las complicidades que se

establecen entre ambos, determinado por la *opacidad* del título “Creación entre polémicas”. De esta manera se construye un destinatario en condiciones de identificar las alusiones implícitas en este título ya que las polémicas no aparecen explicitadas.

La imagen cobra sentido en esta diagramación al ser producto de una selección elegida dentro de un abanico de posibilidades simbólicas, en donde se han excluido otras. Esta imagen ocupa la casi totalidad de la portada, siendo una escultura que responde a valores subyacentes dentro del seno socio histórico sanluiseño. La obra mencionada, es símbolo de la cultura huarpe, antecesora y omnipresente en esta sociedad, conjugada con un estandarte realista como figura de fondo, pero de manera difusa, privilegiando y reforzando la primera obra. Parafraseando a Barthes, se podría afirmar que los mensajes no deben ser necesariamente orales[4]. Esta imagen ya no responde a la forma teórica de representación, sino que estamos en presencia de *una* imagen en particular, ofrecida para *una* significación en particular, que acepta diversos modos de lectura. Impera sobre la escritura e impone la significación del todo sin analizarlo ni dispersarlo. (...) “*La imagen deviene escritura a partir del momento en que es significativa: como la escritura, supone una lexis*” (...) ( R. Barthes, 2003:201.

De acuerdo a nuestro análisis, el enunciador se vale también del habla escrita para reforzar el sentido de la imagen que se manifiesta en los titulares y en la nota de pie de página a la que denomina “Legado”, como una herencia ancestral. El discurso se apropiaría así de los símbolos culturales que se articulan y contrastan con el texto construyendo un todo, enlazando un pasado y generando un presente . En términos de Barthes, esto se define en:

*“ (...) La semiología nos ha enseñado que el mito tiene a su cargo fundamentar, como naturaleza, lo que es intención histórica; como eternidad, lo que es contingencia (...) el mundo provee al mito de un real histórico, definido-aunque haya que remontarse muy lejos- por la manera en que los hombres lo han producido o utilizado; el mito restituye una imagen natural de ese real”.*  
(R. Barthes, 2003:237-238)

Para el autor francés la función del mito no es negar las cosas, sino deformarlas, llevándolas a un plano ingenuo, natural y eterno que no necesita de la explicación, sólo de la comprobación. De esta manera, el mito elimina lo real y la cualidad histórica de las cosas, desvaneciéndose en el recuerdo de la construcción. El pasado, que hace a ese proceso sociocultural histórico y genuino del pueblo de San Luis, dejaría constituidos los valores propios de una época como un manifiesto despolitizado[5] en donde hoy, parecería que han sido reemplazados por la cultura cinematográfica, que “enciende discusiones en las calles puntanas” protagonizado por el proyecto oficial y los grupos independientes, opositores al gobierno.

¿ Que significación tiene “Creación entre polémicas?” ; ¿qué se entiende por creación?.

En primer lugar, este recurso de significación, pretendería “naturalizar” la polémica que los grupos opositores convergentes en un movimiento social, han decidido confrontar con la “creación de la Ley de Cine” impulsada por el estado provincial. Claro está, si circunscribiéramos nuestro análisis, en términos de Sarlo o Barthes.

Apoyándose en la definición aceptada por la Real Academia Española, se entiende por creación a “*establecer, fundar, introducir por vez primera una cosa*”, vale decir que este recurso lingüístico: “creación”, del cual se desprendería a su vez la polémica, (a propósito de la Ley de Cine y de las Becas al Arte BAS XXI) se instaura en el interior del discurso, actuando como disparador de una nueva conceptualización que deviene de las condiciones de producción que son las que han determinando las huellas ideológicas[6] encontradas en la superficie de este discurso.

Si basáramos este análisis según la teorización propuesta por Filinich, esta creación entre polémicas, presupondría una comunicación ingenua en donde subyace una ironía en el interior de su enunciado, a través de un enunciador irónico que se aprovecha de ésta doble comunicación, ya que no es dueño de su discurso pero traslada valores, ideologías, creencias, haciendo oír la voz de otro capaz de hacerse cargo de él. De esta manera se instala en una posición difícilmente cuestionable “(...) *Suelen ser irónicos los padres, los maestros, los moralistas, los políticos, los polemistas... (...)*”. ( M. I. Filinich, 1999:47).

Podríamos decir que la ironía representa en este caso una enunciación polifónica<sup>[7]</sup> porque en la voz de un enunciador resuena la de otro.

La misma autora trabaja también la idea de protagonismo que los medios masivos de comunicación poseen como sujetos, y las acciones contrapuestas que de ellos se emanan: pérdida y adopción. El primero está relacionado con la imposibilidad del control que tienen sobre la conciencia social y el segundo, da cuenta del carácter que los posiciona como transformadores y generadores de conflictos sociales. En relación a esto, en el suplemento trabajado hemos observado que el medio muestra su protagonismo a través de expresiones tales como “el cine enciende discusiones en las calles puntanas, a propósito de la ley que otorga a la producción cinematográfica un presupuesto similar al de educación” intentando de esta manera, instalar la polémica.

En la sección “Indicios” del suplemento de San Luis, la cultura es ausencia para el enunciador: “Dos caras, una ciudad” reza el título de una nota que pretende expresar la “realidad cultural de San Luis”.

La bajada connota la intencionalidad discursiva al tomar una parte negativa de la historia, recordándole a su destinatario que esta provincia fue “cárcel de realistas” durante la independencia, y ahora se presume de ser “ambiciosa Meca del cine”. Cabe destacar que una vez más surge en este discurso la ironía como recurso de enunciación, ya trabajado anteriormente apoyado en la teoría propuesta por Filinich. El enunciador utiliza este dispositivo de enunciación con significación negativa. ¿Por qué no traer a la memoria de sus destinatarios otros baluartes? ¿Cuáles son los referentes en que se apoya el enunciador para sostener que la cultura siempre fue politizada?. En esta misma bajada el enunciador presupone la cultura politizada como consecuencia de los recambios políticos en el gobierno.

En la edición del treinta de octubre de 2004, en la misma sección y en la misma revista cultural, se dedicaron doce páginas a “la realidad cultural de Salta”.

Para el análisis de este suplemento especial, percibimos que también el enunciador privilegió la “enunciación” por encima del enunciado, al igual que en el suplemento de San Luis. No obstante se estableció un contrato de lectura pedagógico[8] que deja al destinatario en una relación de desigualdad con respecto al enunciador, manteniendo una distancia objetiva: Salta es “tierra de músicos y poetas”. Sin embargo, determinar la posición de la enunciación “*no es solo una cuestión de lenguaje; tiene que ver además con los modos del tratamiento de la imagen (...) cuando todos los elementos del tratamiento fotográfico –cromatismo nitidez homogénea de los objetos, la uniformidad de la iluminación- están para significar que el enunciador tiene una voluntad informativa*” (Verón, E 1979:177). Cabe destacar que se percibió también, que se construyó una diagramación significativa combinando las unidades de texto e imagen, dando como resultado una producción de sentido en donde dicha imagen, ocupa también la casi totalidad de la portada y el soporte de la palabra refuerza a la misma (“*Gustavo Leguizamón. El “Cuchi”, fallecido en 2000, es un icono de la música popular salteña y un símbolo de la cultura contemporánea de la Argentina*”), sobre el cual se aplicaron juego de luces y sombras significando que a pesar de su muerte brilla en el presente y será parte del futuro (pudiendo leerse como vínculo constante entre pasado-presente-futuro). También puede considerarse que estamos en presencia del recurso de semantización, con lo cual se ha seleccionado arbitrariamente un mensaje determinado frente a un repertorio de unidades simbólicas disponibles.

En la bajada valoriza su identidad cultural, al expresar que “Salta es una sociedad bien plantada en sus tradiciones” y con esta convicción se proyecta hacia el futuro. Para este enunciador, las marcas del pasado funcionan como las llaves de las puertas a un presente positivo.

En la página homónima de ambos suplementos especiales, el enunciador cambia la sección “Indicios” (suplemento de San Luis), por “Miradas” (suplemento de Salta) y titula al artículo principal: “Desde acá, al futuro”. Refuerza este título una bajada que apuesta al futuro: “Con la convicción de tener una tradición, Salta se asoma al futuro en todas las disciplinas. La búsqueda de lo nuevo desde lo propio”. Esta construcción de la actualidad

social, cobra sentido porque “existe en y por los medios” haciendo referencia al marco teórico propuesto por Verón, en donde el autor considera que los medios masivos de comunicación construyen los acontecimientos, imponiendo su existencia y generando efectos en los discursos. Afirmar “Con la convicción de tener una tradición”, apela al pasado, momento socio histórico con el cual los individuos no han tenido contacto. En la reconstrucción del pasado, el imaginario de la tradición se impone como efecto de sentido que aparece en el presente, producido y generado por los medios.

## CONCLUSIONES

Con esta investigación, hemos tratado de hacer una primera aproximación teórica al campo del análisis socio semiótico desde una mirada veroniana, de acuerdo con las estrategias del análisis del discurso.

Desde un enfoque barthesiano tratamos de desnaturalizar los lugares comunes, materializados en los discursos hegemónicos que circulan dentro de la sociedad burguesa y que son transformados en universales y naturales (cine, prensa, arte, moda).

La investigación surgió como presupuesto de una construcción negativa de la realidad cultural de San Luis que se reflejó a través de un medio gráfico nacional, que pensado en términos de producción de sentido podría ir en desmedro de las transformaciones socioculturales de la provincia. Desde allí se pudo reconocer en las marcas encontradas en la superficie discursiva del suplemento de San Luis, que la ideología imperante en las condiciones de producción, trazaron un eje negativo entre el pasado-presente –futuro respecto a la realidad cultural. Este eje estuvo determinado por las condiciones económicas, políticas, institucionales, sociales y culturales de la provincia. En contraposición con el suplemento de San Luis, en el de Salta, las huellas visualizadas permitieron pensar en una construcción positiva respecto al eje pasado- presente- futuro en relación a la realidad cultural de aquella provincia.

Por lo tanto, a través del análisis, percibimos que en los diferentes mensajes que se materializaron en el corpus seleccionado, se hicieron visibles las diferentes huellas ideológicas latentes en ambas superficies discursivas.



A partir del trabajo realizado consideramos pertinente señalar los siguientes aspectos que nos permitirán seguir acercándonos al universo del sentido, a los lugares comunes, donde nada es casual y el discurso nunca será neutro, ingenuo o despojado de ideología, siempre que circule en el seno mismo de una sociedad. "*(...) Por eso para Barthes la semiología deviene una semioclastia: en su gesto desnaturalizador pone de manifiesto lo histórico, cultural e ideológico (...)*". (M. G. Simón 2005: 11).

Teniendo en cuenta que las condiciones de producción, determinan y sesgan las narrativas y los discursos que circulan en la sociedad burguesa contemporánea, seguiremos insistiendo en la relevancia de la propuesta veroniana para pensar los discursos y los modos en que éstos se modifican y construyen sentidos.

## BIBLIOGRAFÍA

Verón, Eliseo (1979) “Diccionario de lugares no comunes” en *Fragmentos de un Tejido*, Gedisa, Barcelona, 2004.

------(1988) “Prensa gráfica y teoría de los discursos sociales: producción, recepción regulación” en *Fragmentos de un Tejido*, Gedisa, Barcelona 2004.

------(1984 ) “Cuando leer es hacer: la enunciación en la prensa gráfica” en *Fragmentos de un Tejido*, Gedisa, Barcelona 2004.

Barthes, Roland . *Mitologías*, Siglo XXI, 2003. Argentina

Sarlo, Beatriz. *Instantáneas. Medios, ciudad y costumbres en el fin de siglo*. Ariel. 1997.  
argentina

Filinich, M. I. *Enciclopedia semiológica: enunciación*, Eudeba, 1999.

Simón, Ma.Gabriela. *Hacer(se) un cuerpo*. Effa, 2005.

---

[1] Para Beatriz Sarlo desnaturalizar es romper con el “lugar común”, aquello que se vive como “lo natural”, universal y compartido. (...) Forma “ la enciclopedia del sentido común: ese acuerdo no escrito (ni sabido del todo), al que remitimos cuando las cosas en lugar de ser pensadas, son ordenadas según normas que todo el mundo comparte sin elegir” (...). (Sarlo, B. 1997: 113. )

[2] Eliseo Verón considera que la prensa gráfica es el campo adecuado para la construcción de un imaginario colectivo que produciría, en este caso, un efecto de sentido transformador de la realidad cultural.

[3] Es importante destacar que el mito se construye a partir de un primer sistema semiológico (existente previamente) que concibe al signo como la asociación de un concepto con una imagen, y se transforma en simple significante en el segundo.

[4] R. Barthes, define al mito como un habla, que es a su vez un mensaje que no necesariamente debe ser oral, (...) “puede estar formado de escritura y representaciones: el discurso escrito, así como la fotografía, el cine, el reportaje, el deporte, los espectáculos, la publicidad, todo puede servir de soporte para el habla mítica”. (...) ( R. Barthes, 2003:200).

[5] Entiéndase política en términos de Platón, cuando define al hombre político como el poseedor de la verdadera ciencia de gobernar a los hombres con el poder soberano para la construcción del mundo sin violencia.

[6] “ Ideológico es el nombre del sistema de relaciones entre un discurso y sus condiciones (sociales) de producción”. (E.Verón, 1979: 4). Se entiende como ideológico a todo aquello que es determinado por lo político, social y económico que emerge del interior de una sociedad en dónde se han producido esos discursos. Parafraseando a Verón es necesario mostrar que si alguna de esas variables cambia, cambiarán las condiciones de producción y las huellas serán otras.

[7] Es la posibilidad de que circule un discurso ajeno en el interior del discurso propio. Esto es lo que Bajtin denomina polifonía, que es la convivencia de distintas voces en una narración. Según el autor la lengua no es monolítica. (M, Bajtin en M. I. Filinich 1999:46).

[8] “ (...) la configuración de todos esos elementos anuncia un enunciador pedagógico que preordena para el lector el universo del discurso; que va a guiarlo, que va a contestar sus preguntas, a explicarle en suma a informarlo, manteniendo sin embargo con él una *distancia objetiva*(...)”. (Verón E. 1979:176).