



## Discurso, ideología y control de la interpretación en los medios

*Steven Bermúdez Antúnez\**

### Resumen

Los medios de comunicación tienen una participación determinante en la dirección interpretativa y en el conocimiento que se generan sobre múltiples interrelaciones sociales. En los últimos años esta función se ha ido desplazando hacia la defensa de intereses ideológicos. El objetivo central de este artículo es analizar cómo la acción discursiva de los medios impresos se carga de ideología. Para tal propósito, se tomaron como muestras el tratamiento informativo del golpe de Estado en Venezuela de abril de 2002 realizado por los principales diarios españoles. Como conclusión se puede afirmar que la acción discursiva de los medios impresos está condicionada por la ideología que dichos medios aceptan como actores sociales. Esto exige audiencias más alertas ante el mensaje periodístico.

**Palabras clave:** Discurso, periodismo, comunicación, ideología.

### *Discourse, ideology and control of interpretation in media content*

#### Abstract

Nowadays media have an important role in determining the direction of both interpretation and knowledge generated in many social interactions. Because of this, its role as mediators can not be neglected.

---

Recibido: 02/10/07 • Aceptado: 01/11/07

\* Docente Investigador de la Universidad del Zulia.  
Correo electrónico: sbermudez37@hotmail.com

The purpose of this paper is to analyze how the newspapers discursive action is loaded with ideological contents, and how it stands for their vested interests. For this purpose, samples were taken of the informative treatment given by Spanish newspapers regarding the coup occurred in Venezuela in April 2002. It is here concluded that the discursive action of print media is to a large extent influenced by the media assumed ideology as social actor. This requires audiences to be more alert in interpreting media content.

**Key words:** Discourse, journalism, modalization, ideology.

## 1. Preámbulo

El propósito de este artículo es reflexionar sobre la manera en que, bajo ciertas circunstancias, los medios de comunicación (en este caso la prensa escrita) fijan posiciones claras a favor o en contra de actores y de interpretaciones específicas en las interrelaciones sociales. Pero más interesante aún será constatar cómo el *discurso* desplegado desde ellos se materializa para favorecer el fortalecimiento de su sistema de creencias básicas (ideología) de modo que pueda intervenir e incidir en la regulación de dichas interrelaciones.

En lo que respecta a nuestra opción teórico-metodológica, el Análisis del Discurso, aunque en la actualidad se presente como una amplísima área multidisciplinar, es autónomo. Posee sus intereses propios y sus formas específicas de abordar la constante producción de discursos en la sociedad. El análisis discursivo siempre se ha planteado desde una perspectiva interdisciplinar y multidisciplinar y no tiene ningún complejo en admitir los avances y beneficios de otras ciencias, de allí que:

The term “discourse” has become common currency in a variety of disciplines: critical theory, sociology, linguistics, philosophy, social psychology and many other fields, so much so that it is frequently left undefined, as if its usage was simply common knowledge (Mills, 2004).

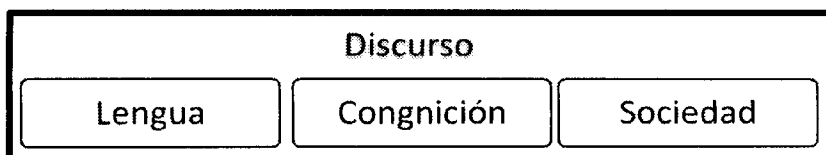
En definitiva, al Análisis del Discurso le interesa indagar en cómo, siendo el hombre esencialmente un ser discursivo, utiliza tal capacidad *para controlar, seleccionar y redistribuir, a través de ciertos procedimientos*, su poder e intereses socio-semióticos (Foucault, 2002:14).

## 2. Premisas epistemológicas

Nuestros principios epistemológicos están enmarcados dentro de la corriente desarrollada desde el “*Análisis Crítico del Discurso*”. Esta vertiente tiene diferentes representantes, entre los que se encuentran Teun Van Dijk, Ruth Wodak, Michael Meyer y Norman Fairclough (2003). En el caso específico de Teun van Dijk (2000), no le interesa el estudio del lenguaje como sistema, código o gramática. Su afán se dirige hacia cómo el lenguaje es usado por sujeto(s) o actor(es) social(es) concreto(s), en una situación comunicativa específica, con una finalidad determinada. Esto es, le interesa la lengua en tanto y en cuanto se convierte en una manifestación de ciertos procesos posibilitadores de las interacciones sociales. Al respecto, mira al análisis del discurso como un área que indaga en el lenguaje como componente “representativo” o “indexical”. En otras palabras, en cómo el lenguaje “habla”, “denota” o “representa” aspectos de las interrelaciones sociales.

Para el autor, muchas dimensiones de las interrelaciones sociales se construyen a partir del discurso, tales como la política, el derecho, la educación o la burocracia. Esto no implica que todo en la sociedad está construido a partir del discurso, pero sí que casi todo depende de él. Así, el lenguaje desempeña un papel capital en la expresión y (re)producción de lo que se denomina “*cogniciones sociales*” (los conocimientos, las ideologías, las normas, los valores que se comparten como miembros de un grupo). Quizá el punto de inflexión esté en que desde el Análisis Crítico del Discurso se considera que dichas “*cogniciones sociales*” regulan y controlan los actos y las interacciones llevadas a cabo como miembro de dicho grupo. Esto hace que el Análisis Crítico del Discurso no oculte, sino que por el contrario, revele su dimensión e interés político.

Específicamente para nuestro estudio enfrentaremos al discurso desde una tríada que nos permitirá revisar los tres grandes contextos en los que el uso de la lengua abre y muestra sus intervenciones. Véase el siguiente cuadro:



En lo que respecta a los medios de comunicación social, ya es un consenso generalizado el hecho de aceptar que ellos poseen una presencia en la sociedad actual aplastante. Hemos sido testigos del desarrollo de las telecomunicaciones y, a su vez, de la multiplicación de los consorcios y monopolios de cadenas televisivas y grandes asociaciones de prensa transnacionales. Frente a ellas y en contrapeso, las formas más mediatas y cercanas a los usuarios como lo son la propagación de Internet, el correo electrónico, los blogs y las emisoras comunitarias parecen destinadas a redimensionar las relaciones con los medios. Sin embargo, lo anterior no ha impedido que aumente el control de las líneas de información por parte de los grandes conglomerados industriales. Ciertas estrategias de dominación comunicacional han sido presentadas para dar a los usuarios perspectivas desde intereses comerciales y han provocado el deterioro de la información y una endogamia entre los medios de comunicación e intereses ideológicos de grupos hegemónicos. Hoy por hoy, nadie puede ocultar que los principales vectores de las grandes cadenas de información están dominados por la promoción de intereses de tales grupos hegemónicos. Esto también ha provocado la homogeneización de las informaciones y sus tratamientos: *“Possibly one of the main reasons for the threatened homogenization of cultures is that the international media are dominated by a capitalist ideology. News is big business”* (Johnson, 1991:191). En medio de todo esto, el discurso es y será el vehículo privilegiado con que seguirán contando los medios de comunicación para ofrecer sus intereses como si éstos fueran del colectivo.

### 3. La dimensión lingüística

En lo que respecta a las lenguas naturales, sus niveles inferiores de organización presentan amplias zonas de acuerdos y logros significativamente estables. En contraposición, los niveles superiores (textuales y discursivos) aún solicitan mayores precisiones y acomodos. Siendo amplísimas las categorías que se pueden revisar desde la dimensión lingüística del discurso, nosotros hemos elegido la denominada *modalización discursiva*.

El concepto de *modalización* no es un operador estable en los estudios discursivos. Su interés no ha ocupado el mismo espacio que el de *modalidad*. La *modalidad* suele estudiarse tanto en el ámbito lógico, como el lingüístico y el semiótico. El concepto de *modalidad* ha estado

relacionado con el de enunciación y su atención ya lo encontramos en Aristóteles. En el ámbito de la lengua española, trabajos como los de Otaola Olano (1988); Jiménez Julia (1989); Igualada Belchi (1990); Fuentes Rodríguez (1996) y Carretero (1992), son una muestra representativa de dicha preocupación. En principio tendremos que admitir, como concepción más generalizada, que la modalización se presenta como *la afectación mostrada por parte del hablante ante el enunciado que emite, situándose en un nivel englobador de éste, y por lo tanto, “perturbando” todo el mensaje. De este modo, el enunciador muestra su punto de vista*. El problema de tales conceptos con respecto a la lengua es siempre el mismo: ¿cuánto de esto está codificado? Y lo que no lo está ¿cómo lo recuperamos con la certeza de que es esa la interpretación correcta? Muchas de estas preguntas sin duda han hallado respuestas más o menos satisfactorias sobre todo gracias a las teorías de Grise (1975) y Sperber y Wilson (1986). Hoy por hoy aceptamos que gran parte de la intencionalidad comunicativa puede codificarse a través de ciertos materiales lingüísticos. Los operadores modales, la adjetivación y algunos adverbios terminados en *mente* son los más reconocidos al respecto. La otra forma es ofrecida a través de “instrucciones” lingüístico-contextuales que nos guían en la búsqueda del sentido más “relevante”<sup>1</sup>.

De este modo, la *modalización* es a la modalidad lo que la enunciación es al enunciado. Entendido así, la *modalización* es un proceso en donde el sujeto enunciador toma postura en relación con los valores en los cuales quiere intencionalmente inscribir su producto, ya sean éstos valores aléticos (necesidad-contingencia / posibilidad-imposibilidad), axiológicos (bondad-maldad/ interés-indiferencia), epistémicos (cierto-contestable/pausible-excluido) o deónticos (obligatorio-facultativo/permitido-prohibido). Estos valores no son realidades lingüísticas, pero el locutor en su interés de hablar de un mundo, los filtra en la lengua y en su discurso para representar su ideología.

1 Con respecto a la encarnación de la *modalidad* en la lengua, estudios como los de Kerbrat-Orecchioni, “La enunciación” (1980), sólo por citar uno de los más conocidos, intentan mostrar precisamente dichos recursos encarnados a través de modos verbales, grupos lexemáticos, construcciones sintácticas, etc.

### **3.1. El golpe de Estado en Venezuela reseñado por la prensa española: noticia y modalización**

Para nuestro estudio, nos valdremos del tratamiento informativo que hizo la prensa española en abril del 2002 con motivo del Golpe de Estado ocurrido en Venezuela. Esta decisión parte de la premisa según la cual frente a momentos de tensiones en las interrelaciones sociales es cuando más y mejor los medios de comunicación muestran, a través de las prácticas discursivas que despliegan, sus elecciones ideológicas.

No partimos de la premisa de que las informaciones transmitidas “**inhabilitaban**” los hechos. Nos interesa más dirigirnos por una interpretación que proponga que la información en estos medios de comunicación se movió en “**grados**” de “condiciones de satisfacción” (Searle, 1998:93) mostrando una clara adhesión ante ellos.

Asumiendo que los titulares de prensa funcionan como macroestructuras semánticas, esto es, que recogen y resumen el contenido del discurso, vale la pena revisar los distintos titulares empleados para tal fin en los distintos diarios:

**La Razón:** “Venezuela echa a Chávez”

**El Mundo:** “El ejército derroca a Chávez y pone en su lugar al líder de la patronal”

**ABC:** “La junta que tomó el poder en Venezuela promete elecciones antes de un año”

**Diario de Sevilla:** “El ejército fuerza la caída de Chávez en Venezuela”

**La Vanguardia:** “Un golpe cívico-militar derriba a Hugo Chávez”

**El País:** “Carmona asume la presidencia de Venezuela y promete elecciones en un año”.

La *modalización* se registra ya en las palabras, esto es, desde las formas lexicales que se seleccionan para la constitución del enunciado. Lo primero que llama la atención (sabemos que todo titular tiene una función apelativa) es la concentración de la información de valoración negativa en torno al actor social-*Chávez*; objetivo que se alcanza a través de la muestra lexical escogida y que queda registrada en los eventos que anuncian los verbos seleccionados:  *echar, derrocar, forzar algo, derri-*

bar... Todos contienen en común el sema “*con violencia*”, lo que a su vez alimenta al significado codificado en tales enunciados de que lo que se ha hecho se ha hecho por aversión, disgusto, hostilidad. Del mismo modo, salvo el diario *La Vanguardia*, cualquier alusión a un *golpe de Estado* es aminorada al máximo. Así, desde los titulares se filtra los valores axiológicos de bondad/maldad. El actor-Chávez es siempre la predicación para el segundo valor mientras al actor-Carmona se le presenta como “líder” o con estructuras como “promete elecciones antes de un año” para adherirle el primer valor modal. De inmediato también constatamos que el grado de valorización axiológica y epistémica (dos de los valores modales más presentes) que se presenta en el titular de primera página de cada periódico es directamente proporcional al desarrollo y al tratamiento de las noticias dentro dicho periódico. Veámoslo.

- **El diario “La Razón”**

Nuestras conjeturas quedan reforzadas en los *subtítulos* que se ofrecen:

- “Los militares y las protestas populares, en las que murieron 16 personas, fuerzan la caída del caudillo castrista.”
- “El ejército mantiene detenido al dictador, que no ha firmado su renuncia, y se le impide que escape hacia Cuba.”

Fijemos que de entrada, al actor-Chávez se le despoja de las designaciones que le proporcionan el cargo público (presidente venezolano) o la que le distingue como sujeto (Hugo Chávez). Se le *renombra* con tres calificativos continuos, todos con una poderosa carga negativa: caudillo, castrista, dictador. Quizá de los tres, el último resulte el más manifiestamente *modalizador*. No es menos significativo utilizar el verbo “**escapar**” para referirse a las intenciones del presidente luego de ser apresado por el ejército. Dentro de esta estrategia quedan enmarcados los restantes títulos de noticias, reportajes, reseñas, etc., que aparecen en el resto del diario:

- “Venezuela tumba al caudillo”
- “De aprendiz de Bolívar a compañero de viaje de Castro y las FARC”.
- “Cobijó a 40 etarras y obstaculizó su extradición a España”
- “Los francotiradores chavistas mataron a 16 manifestantes frente a la sede del Gobierno.”

- “El delfín del dictador cubano fue derrocado por una subversión, según la prensa oficial.”
- “Historia de una gran frustración.”
- “Baja el precio del petróleo y Venezuela corta el grifo del crudo barato a Cuba.”

Se detecta en toda la información transmitida en este diario una efectiva intención de crear “*simpatía*” y hasta “*inclinación*” (afectiva, como primer paso hacia el reconocimiento con el otro) de los lectores españoles a favor del golpe de estado. Si tuviéramos que producir una reducción semántica del contenido de esta forma de modalización, no dudáramos en proponer la siguiente:

Venezuela derrocó al dictador que tenía como gobernante.  
El pueblo español debe sentirse solidario con esta acción.

#### • El diario El Mundo.

Existen marcadas diferencias respecto al tratamiento realizado por el diario anteriormente señalado. Entre lo más llamativo está el hecho de que aquí sí se *nombra* al actor-Chávez, por lo cual se restituye su presencia como actor político. Por otro lado, se señalan los otros actores causantes del suceso: Los militares. En la página 4 se examinan a los dos actores en pugna: el presidente Hugo Chávez y el presidente “sustituto”, Pedro Carmona. Se presentan en esta página dos especies de “*semblanzas*”. Sobre ambos se realizan valoraciones y juicios muy precisos. El artículo dedicado al actor-Chávez se titula “*El juglar que soñó con Bolívar*”, y dedicado al actor-Carmona, “*Nacido para el diálogo*”. Sobre el actor-Chávez se realizan afirmaciones como las siguientes:

“Otras disposiciones, como la instrucción premilitar de todos los estudiantes de primaria y secundaria, la apertura en los cuarteles de cientos de escuelas bolivarianas y el empleo de soldados en diversas labores de instrucción civil y servicios comunitarios levantaron airadas protestas de la oposición, que alertó contra una derivación militarizante de la sociedad civil.”



No deja de ser evidente el propósito de promover la idea de que Chávez ha *militarizado* a Venezuela. Esta será un eje matriz que recorrerá gran parte de las informaciones que éste y muchos diarios explotarán como estrategia comunicacional para gestionar la aversión del pueblo español hacia el actor-Chávez. Se pretende, efectivamente, correlacionar este valor con el efectivo rechazo del pasado reciente de España, al cual se apela de manera indirecta.

En el artículo dedicado a Pedro Carmona llama la atención la presentación que de él se hace:

“Es una persona que no levanta la voz, siempre se muestra controlado y no abandona la cortesía ni en los peores momentos, como debe haber aprendido durante su carrera de diplomático como embajador de Venezuela y secretario de la Junta de Acuerdo de Cartagena, donde se ganó el respeto y la admiración de quienes lo conocieron.”

Apenas unas líneas arriba ya habían expresado sobre él la siguiente pregunta:

“(sic)¿Quién este señor de pequeña estatura que usa trajes a la medida, a quien Julio Sosa Rodríguez encomendó con los ojos cerrados durante 18 años la conducción del Grupo Químico?”.

Lo importante de tales afirmaciones es que todas son valoraciones del diario sobre las cuales no ofrece ninguna prueba.

¿No pareciera que la *modalización* queda enmarcada, entonces, en fenómenos como la *argumentación*? A nuestro juicio lo que nos atrae de la *modalización* es que se presenta como una realidad semántico-pragmática del discurso, en donde interviene la intencionalidad sino también una concentración, un enmarcamiento, un foco a través de la cual dicha intencionalidad queda explícitamente regulada.

#### • El diario “ABC”.

El diario “ABC” es quizá uno de los periódicos que dedicó más “centimetrage” a la noticia. En el interior del diario se leen los siguientes titulares “*Adiós al sueño bolivariano*”, “*La colonia española acoge con optimismo la dimisión de Chávez*”, “*La Junta de Gobierno acaba con la República Bolivariana de Chávez en Venezuela*”. No hay nada nuevo en

el tratamiento realizado en este diario de las informaciones, ni en las estrategias lingüísticas utilizadas (adjetivaciones, verbos performativos, etc.). Ellas mantienen los mismos gestores de sentido desarrollados por los diarios anteriormente revisados. Quizá valga la pena destacar el hecho de que este periódico le dedique una entrevista al ex-presidente de Venezuela, Carlos Andrés Pérez, desde su exilio en Nueva York. No nos detendremos a evaluar el hecho de que en medio de una crisis de tal magnitud, este diario se haya decantado por entrevistar a un ex-mandatario desprestigiado en la vida política venezolana. Pero vale la pena recoger una pregunta y su respectiva respuesta entre las formuladas en dicha entrevista:

“-¿Qué opinión le merece Pedro Carmona, el presidente de la patronal que encabeza la transición?

- Lo conozco, colaboró en mis Gobiernos. Pertenece al sector empresarial, pero es una persona muy ducha en la integración latinoamericana, participó activamente en el proceso de integración de los países andinos. Tengo mucha confianza en él y en este Gobierno provisional que le corresponderá conducir.”

Al trasladarnos a un nivel microestructural y revisar los recursos léxicos y las construcciones sintácticas referidas tanto al actor-Chávez como a actor-Carmona, se comprueba esta tendencia a través de una sobrelexicalización (entendido este fenómeno como el paso de la proposición semántica a la formas léxicas y sintácticas seleccionadas para mostrarla) hipernegativa para el primero y ultrapositiva para el segundo:

### **Chávez**

- Cobarde, falta de gallardía, manos manchadas de sangre, falta de entereza, “Agachó la cabeza y aceptó su renuncia”, revolucionario de boquilla, “Chávez asesino”, autoritario, arbitrario, caudillo, experimentado golpista, culto a su personalidad, “jugó a Dios sin pagar peaje”, estrechas relaciones con la FARC, desvirtuador del marco de la democracia.

### **Carmona**

- Líder empresarial, gran protagonista, con talla de estadista, currículum vitae (economista con postgrado en Bruselas), hombre de consenso, ha sabido granjearse el aprecio de la sociedad civil, valiente (porque se enfrenta a los *desmadres* de Chávez), clara

ponderación al analizar los problemas del país, “Carmona y su equipo merecen un voto de confianza”.

Si extendemos nuestro arqueo a diarios regionales (“La Vanguardia” o “El Diario de Sevilla”, por ejemplo) encontraremos que el tratamiento no se desmarca en nada de los anteriores.

Esta avalancha *modalizante* quedó totalmente sentenciada en género en donde ningún diario revisado presentó distancia alguna: los editoriales. Sabiendo que en los editoriales el periódico expresa de forma explícita su posición, ésta no puede ser más evidente:

ABC: “*Venezuela dijo basta a Chávez.*”

El País: “*Golpe a un caudillo.*”

La Razón: “*Venezuela botó a Chávez.*”

El Mundo: “*Fulgurante ascensión y caída del estrafalario Hugo Chávez.*”

El Diario de Sevilla: “*Venezuela se cansó de Chávez.*”

La Vanguardia: “*Venezuela sin Chávez.*”

Con todo lo examinado hasta ahora, se puede comprobar como en torno a este suceso se registró, en todos los diarios, una modalización que produjo una no menos asombrosa y sospechosa *homogeneización discursiva*.

### 3. La dimensión cognitiva

En mayo del año 2002 realizamos en la Facultad de Filología de la Universidad Complutense de Madrid (España), entre una población de cien estudiantes universitarios, con edades comprendidas entre los 19 y 31 años, una encuesta compuesta de seis ítems sobre su relación con la prensa escrita. En principio nos interesaba saber de qué modo obtenían las informaciones sobre hechos socio-políticos ocurridos en otros países, la cual le servía como base para las opiniones y creencias que se formaban de tales sucesos. Nos interesaba, por ejemplo, saber de dónde obtenían los conocimientos que poseían sobre el conflicto palestino o sobre la situación socio-política de los países latinoamericanos. Los resultados obtenidos nos permitieron enunciar premisas que consideramos relevantes para el presente estudio:

- a. El 49,99 % de los encuestados lee todos los días o casi todos los días el periódico. El 73,43% lo lee casi todos los días u ocasionalmente.
- b. El 71,86% consideran que los periódicos, por lo general, son un buen medio para conocer los sucesos y acontecimientos que ocurren en otros países.
- c. El 90,62% considera que las noticias difundidas por los periódicos, siempre o casi siempre, influyen en las opiniones y creencias que nos formamos de los sucesos. Es relevante señalar que de este porcentaje, el 71,87% considera que esto ocurre casi siempre.
- d. El 85,93% considera que el nivel de credibilidad que podemos adjudicarles a las noticias en los periódicos es mediano o medianamente alto.
- e. El 64,2% sólo ha conocido sobre ciertos sucesos actuales a través de los periódicos o la televisión.<sup>2</sup>

Estos datos nos permitirían establecer lo que, siguiendo a Searle (1998), serían nuestras “*posiciones por defecto*” con respecto a la prensa:

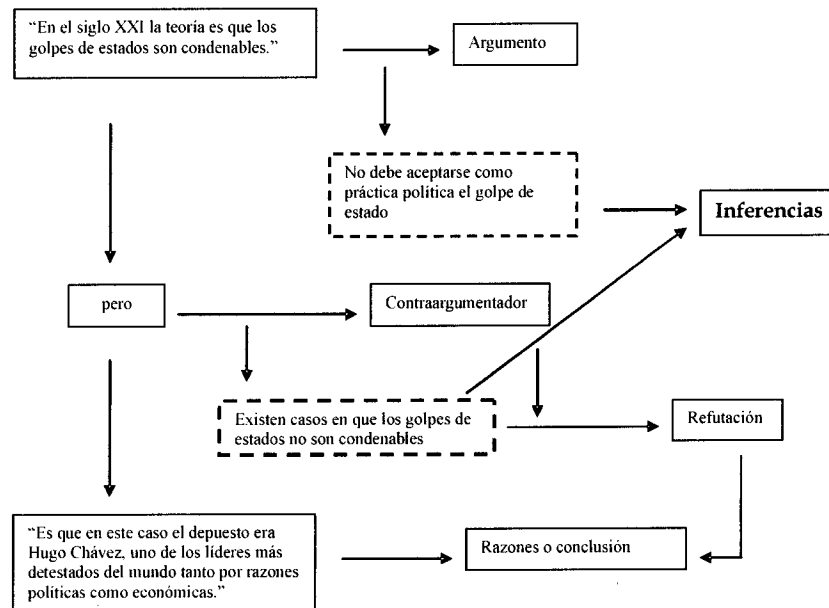
- a. Los medios de comunicación de masas en general, y el periódico en particular, mantienen en la actualidad un alto nivel de recepción entre la población.
- b. Las informaciones que los usuarios tienen de estos medios influyen en las opiniones, creencias y conocimientos que se forman de los acontecimientos.
- c. Para una gruesa porción de la sociedad actual, la única fuente para la obtención de ciertos conocimientos, creencias y opiniones sobre algunos hechos sociales, es, exclusivamente, a través de los medios de comunicación (audiovisuales e impresos). Esta última observación es de vital importancia para nuestro interés, pues ella nos expone que si esto es así, los medios tienen la ventaja de que será *su* visión de los hechos la que será asumida por usuarios.

2 El domingo 17-11-2002, pág. 2, el diario español “El País” publicó una encuesta realizada en América Latina denominada el “Latinobarómetro”, en donde, entre otros muchos datos, se colocaba a la televisión en el segundo lugar de las instituciones en las cuales la población confía. Es posible que dichos datos hayan cambiado.

Estos resultados nos envían al hecho cierto de que los medios de comunicación (en sus diferentes modalidades), y según sea conducida su acción discursiva, producen “*efectos cognitivos*” en las audiencias. Efectos cognitivos entendidos como:

... el conjunto de las consecuencias de la acción comunicativa, del carácter público e institucional, que inciden en las formas del conocimiento cotidiano (de los saberes públicamente compartidos) que condicionan la manera en que los individuos perciben y organizan su entorno más inmediato, su conocimiento sobre el mundo, y la orientación de su atención hacia determinados temas, así como su capacidad de discriminación referida a los contenidos de la comunicación de masas (Saperas, 1987:19).

Lo expuesto arriba es fundamental. En general, y como consecuencia del tipo de interacción que generan, los medios de comunicación procuran dirigirse hacia los *conocimientos cotidianos* de las audiencias. Por eso lo que interesa para nuestro estudio es comprender qué representación mental o cognitiva conlleva el tratamiento propuesto por las informaciones acá tratadas y cómo dicha representación repercute en las formas del conocimiento cotidiano y en la atención hacia determinados temas. Nosotros afirmamos que, más allá de los contenidos explícitos en torno al tratamiento realizado, todas las noticias sobre el golpe de estado en Venezuela reseñada por la prensa española para entonces, buscaban generar *inferencias* más fuertes que permitieran a las audiencias aceptar de manera irrestricta el suceso como “políticamente correcto”. Esto no es poca cosa. Los procesos inferenciales intervienen en múltiples situaciones de nuestra vida cognitiva: nos sirven para entender y advertir cualidades y relaciones sobre lo leído, para percibir información distinta de todo lo que no lo es o para predecir lo que puede suceder a partir de una información dada (León, 2003). Vistos así a los procesos inferenciales, habría que reconocerles peso para aceptar argumentos (Boscán, 2006). En consecuencia, en muchos de los textos presentados en este diario, la persuasión discursiva se manifiesta bajo el siguiente esquema argumental:



Por otro lado, el hecho de que el tratamiento del suceso haya sido periodísticamente *homogeneizado*, como se ha afirmado antes, tiene también repercusiones cognitivas. Tal procedimiento periodístico funciona como el *efecto de repetición de términos sobre la comprensión* que ya propusieran Kintsch y van Dijk en 1978. De acuerdo con estos autores, debido a que la comprensión se realiza en ciclos y de que la memoria operativa es limitada, una porción de información de un ciclo (frase, oración o unidad mayor) se retiene en la memoria mejor si encuentra vinculación en otros ciclos a través de la repetición de algún término, frase, proposición, etc., que la reactive. La sospechosa *homogenización de la información* entre los distintos medios impresos, de la cual hacíamos referencia anteriormente, provocó que iguales proposiciones semánticas e inferencias se activaran de la misma manera. Cuando la audiencia española leía cualesquiera de los diarios acá tratados, activaba análogas inferencias y por lo tanto, parecidas conclusiones. Esto propiciaba que ciertas proposiciones fuesen fijadas y recordadas con mayor énfasis, por ejemplo *“Chávez era un tirano y merecía ser derrocado”*.

Lo anterior nos ofrece en campo proteico para retomar otra categoría que acá ha sido convocada: la *ideología*. Debe quedar claro que dicha categoría se asume para este estudio desde los exactos parámetros establecidos recientemente por Teun van Dijk, esto es, como *creencias básicas compartidas* por grupos sociales para generar y gestionan opiniones, diferencias y hasta conflictos (van Dijk, 2003). Quizá lo más determinante de ese concepto cognitivo de ideología sea el hecho de que para este autor, ella se organiza a través de una esquema de categorías que posibilitan la creación de su sistema de creencias. Tales categorías son: a) criterios de pertinencia, b) actividades típicas, c) objetivos generales, d) normas y valores, e) posición, f) recursos (idem, 27). Cada una de estas categorías supone ilustrar la autorrepresentación del grupo y justifica su acción colectiva o individual. De este modo, si los medios de comunicación y en el caso acá tratado, la prensa española, muestra su *ideología* a través del discurso elegido para tratar el Golpe de Estado en Venezuela, cabe preguntarse ¿quiénes pertenecen a su grupo?, ¿qué hacen que los identifica?, ¿por qué lo hacen?, ¿qué defienden?, ¿qué consideran bueno o malo?, ¿cómo se relacionaron con cada uno de los actores y sectores en conflicto?, etc.

La mayoría de los tratamientos aminoran o, en lo posible, ocultan la participación de los militares en los acontecimientos. Decisión que se ve más claramente determinante por la forma en que reseñan el entorno de sujeto- Chávez. En referencia a éste, sí se preocupan de incrustarle su condición de ex-militar o ex -golpista, contraponiéndola con la condición de civil y sujeto conciliador del actor-Carmona. Insistimos, esta decisión es muy relevante en el contexto de la sociedad española ya que genera en la audiencia un pertinente contexto pragmático para la interpretación. La sociedad española no percibe con nada de simpatía la relación de los militares con la sociedad debido a las huellas todavía presentes de la cruenta dictadura franquista. Esto demuestra que cuando se decide estructurar un discurso, los medios tienen en consideración los efectos cognitivos y emocionales que pueden provocar adhesión o rechazo a sus intereses.

#### **4. La dimensión social**

El discurso periodístico se inserta dentro de la variedad de discursos que producimos para interactuar socialmente. Usar la lengua y producir enunciados, es un hecho social. Lozano, Peña-Marín y Abril (1982) afirman que desde el ámbito interaccional y discursivo, cuando los

hablantes producen enunciados lo hacen por el interés de interactuar en espacios sociales, y por lo tanto todo enunciado producido tiene como finalidad modificar, de alguna manera, la posición y los saberes del otro, ya sea por simple información, por persuasión, por manipulación. En esencia nos reafirman lo que ya nos ha dicho Austin (1969), los actos ilocutivos son centro de atención de los hablantes.

Por otro lado, dentro de los “*estilos*” periodísticos, sin renunciar a la convicción que se ha producido una evolución en los lenguajes y en las técnicas constructivas de los géneros, el *informativo* exige ciertos parámetros representacionales. En nuestra opinión, dichos parámetros no sólo regulan su representación formal (su escritura), sino que también lo hacen en lo concerniente a su recepción e interpretación por parte de la sociedad. La mayoría de los textos seleccionados para este estudio pertenecen al estilo “*informativo*”, por lo que deberían estar regulados por estos parámetros.

Creemos que la *modalización* presente en los diarios españoles pretende tener un impacto social en lo concerniente a:

- a. Crear adhesión afectiva y efectiva a favor del intento de golpe de estado.
- b. Justificar esta acción dentro del marco constitucional nacional e internacional.
- c. Desacreditar profundamente la figura del presidente derrocado.
- d. Procurar la simpatía hacia el “nuevo presidente”, a través de su exaltación como figura pública.
- e. Proponer a los sucesos dentro de la forma modal epistémica y axiológica. Se promovía la idea de “transitoriedad”.
- f. Concentrar en la figura del presidente derrocado todos los males, vicios y antipatías posibles, de modo que su salida se viera como “un bien” esperado y necesario.
- g. Implantar la idea de tranquilidad política nacional e internacional tras la salida de un mandatario que *perturbaba* en demasía el orden establecido.
- h. Fundar una sensación de *plurivocidad informativa* a través del uso de todos los registros discursivos existentes en los medios impresos, pero haciendo énfasis en aquellos que permitían mayor libertad de realizar valoraciones por parte del autor.



En el año 2000, tres investigadoras de la Universidad del País Vasco, Ofa Benzunarte, María José Cantalapiedra y Mercedes del Hoyo, publicaron un interesante trabajo en donde demostraban cómo algunos medios de comunicación en España dirigieron sus baterías en contra de Felipe González para impedir que el Partido Socialista Español tuviera posibilidad de continuar en el poder. No toca aquí revisar el objeto que en ese trabajo se juzga, pero sí no olvidar el copioso y arduo material a través del cual se demuestra tal empresa. Casi al finalizar, las autoras enuncian las “*Estrategias lingüísticas y periodísticas*” utilizadas por los medios para lograr su impacto en las audiencias. Creo que vale la pena recuperarlas:

- a. Se buscó pregoneros que compartieran la misma opinión del medio.
- b. Sobre noticias de indudable valor noticioso se aplicó una insistencia desbordante. Se utilizó como mecanismo lingüístico, la paráfrasis y la redundancia.
- c. Sobre noticias de menor valor periodístico, se aplicó lo que ellas denominan “el efecto lupa”.
- d. El medio rescata para su visión, hechos que podían pasar inadvertidos por no poseer valor informativo y le aplican “el efecto lupa”. Se atenúa lo positivo.
- e. Se denuncia “lo posible”.

Todo lo anterior obliga a preguntarse por el desafío ético del periodismo (Blázquez, 2000); lo cual nos conduce a otras interrogantes: ¿Es tan diferente de lo que han hecho con la reseña y tratamiento en el caso aquí tratado?, ¿es el periodista quien finalmente decide que sus productos promuevan ciertas valoraciones sociales?

Podemos afirmar por lo tanto, que el periodista está sometido a servidumbres ideológicas impuestas por la propia empresa y por sus lectores. Junto a ello, la tendencia ya comentada hacia un periodismo de interpretación, hace que cada día, de forma paulatina pero creciente, se observe una personalización mayor en las informaciones de los periódicos...

El riesgo ético que surge a partir de esta tendencia a firmar las informaciones es que el periodista quiera dejar la impronta de su personalidad en el propio lenguaje informativo (Ponce Ruiz, 1992).

Ante lo expuesto hasta ahora, nos inclinamos a afirmar que la adhesión o el rechazo de las audiencias ante sucesos registrados por los medios, está correlacionado con las estrategias que, para tales fines, ofrecen éstos para procesar su acción discursiva.

## 5. Conclusión

En conclusión, confesamos que nos acercamos a los medios en continua sospecha, pero no por ello pensamos que sean una macabra organización que invierten su tiempo y su dinero en fabricarnos una realidad que ni por asomo aguantaría un cotejamiento con los hechos. Seguimos pensando en sus innegables beneficios al *homo fabulari* que es el hombre. Sin embargo, tampoco desconocemos las tentaciones que dentro de ellos se tejen. Debido a los intrincados mecanismos y cambios que se debaten en la sociedad actual y los cuales son el germen de la “*desestabilización*” de la relación tradicional entre medio y audiencia, cada día se hace más necesario que dicha relación se establezca desde nuevas pautas. Una de esas nuevas pautas es, sin lugar a dudas, la exigencia de una audiencia más y mejor formada. En la actualidad y ante la conflictividad de intereses en pugna, es prácticamente imposible interrelacionar con un medio de comunicación con una “*posición por defecto*” ingenua. Por el contrario, pareciera ser cada vez más necesario que las audiencias requieran *herramientas* cognitivas y pragmáticas casi especializadas para desentrañar cuándo, cómo y con qué finalidad se quiere dirigir, forzosamente, sus procesos de recepción informativa.

## Referencias

- Austin, Jhon (1982). **Cómo hacer cosas con las palabras**, Barcelona, Paidós. Primera edición en inglés en 1962.
- Bezunarte, Ofa; Cantalapiedra, María José y Del Hoyo, Mercedes (2000). “La Huella de una conspiración mediática”. **Estudios de periodística VIII**. Número dedicado al “Periodismo como actor político”. Sociedad Española de Periodística. Vigo. Facultad de Ciencias de la Información. Universidad de Vigo.
- Blázquez, Niceto (2000). **El desafío ético de la información**, Salamanca, San Esteaban-Edibesa.

- Boscán, Juan Pablo (2006). "Argumentación, discurso periodístico y reportaje interpretativo", *Estudios sobre el Mensaje Periodístico*, 12, 45-57.
- Carretero, Marta (1991). "Una propuesta de tipología de la modalidad: la aceptación como categoría modal", *Disenda*, 10, 41-61. Universidad Complutense de Madrid.
- Diarios "ABC", "El Mundo", "El País", "La Razón", "La Vanguardia", "El Diario de Sevilla" del día 13-04-2002.
- Foucault, Michel (2002). *El orden del discurso*. Fábula Tusquets. Barcelona. Primera edición en 1973.
- Fuentes Rodríguez, Catalina (1996). *Aproximación a la estructura del texto*, Málaga, Agora.
- Grise, Paul (1975). "Lógica y Conversación". En: Luis M. Valdés (Comp.), *La búsqueda del significado*, Madrid, Tecnos. 1999, 3ra. reimpresión.
- Igualada Belchi, A (1990). "Modalidad y acto de habla. A propósito de los enunciados causales en español". En: *Verba*. 17. Santiago de Compostela. Pág. 229-237.
- Jiménez Julia, Tomás (1989). "Modalidad, modo verbal y modus clausal en español", *Verba*. 16. Santiago de Compostela.
- Johnson S. (1991). "Resistance in print I: Grassroots and alternative publishing, 1980-1984". K. Tomaselli & P. E. Louw (Eds.), *The alternative press in South Africa* (pp. 191-206). Bellville, South Africa: Anthropos.
- Kintsch, W. y van Dijk, T.A. (1978). "Toward a model of text comprehension and production". *Psychological Review*, 85, 363-394.
- León, José A. (2003). "Conocimiento y discurso: algunas reflexiones sobre el estudio de las inferencias y la comprensión". En: José Antonio León (Coord.) *Conocimiento y Discurso. Claves para inferir y comprender*, (pp.205-212), Madrid, Pirámide.
- Lozano, Jorge y Peña-Marín, Cristina (1982). *Análisis del discurso: hacia una semiótica de la interacción textual*, Madrid, Cátedra.
- Mills, Sara (2004). *Discourse*, London, Routledge. Primera edición en 1997.
- Otaola Olano, Concepción (1988). "La modalidad (con especial referencia a la lengua española)". *RFE*, LXVIII.
- Ponce Ruiz, Manuel (1992). "El estilo periodístico". *Revista Lenguaje Informativo y Filmográfico*. Sevilla, Equipo de Investigación de Análisis y Técnica de la Información. Departamento de Comunicación. Facultad de Ciencias de la Información. Universidad de Sevilla.
- Sperber, Dan y Deirdre, Wilson (1994). *La Relevancia*, Madrid, Visor.

- Saperas, Enric (1987). **Los efectos cognitivos de la comunicación de masas**, Barcelona, Ariel Comunicación.
- Searle, John (1998). **Mente, lengua y sociedad. La filosofía del mundo real**, Madrid, Alianza Editorial.
- van Dijk, Teun (2003). **Ideología y discurso**, Barcelona, Ariel Lingüística.
- van Dijk, Teun (2000). **El estudio del discurso**. En: El discurso como estructura y como proceso, Barcelona, Gedisa.
- Wodak, Ruth y Meyer, Michael (2003). **Métodos de análisis crítico del discurso**, Barcelona, Gedisa.