

# El discurso de divulgación científica- tecnológica en Informática y su género discursivo.

Análisis de doce temas de tapa correspondientes a los años  
1997, 1999 y 2002 publicados en el suplemento Clarín -  
Informática del diario del mismo nombre

Autor:

María del Valle Manriquez

Tutor:

Graciana Vázquez Villanueva

2007

Tesis presentada con el fin de cumplimentar con los requisitos finales para la  
obtención del título Magister de la Universidad de Buenos Aires en Análisis del  
Discurso.

Posgrado

Tesis  
5.8.15

TESIS 5.8.15

Universidad de Buenos Aires  
Facultad de Filosofía y Letras  
Maestría en Análisis del Discurso

FACULTAD de FILOSOFIA y LETRAS	
Nº 239.804	MESA
21 NOV 2007 DE	
Agr.	ENTRADAS

**TESIS DE MAESTRÍA**

***“El discurso de divulgación científica-tecnológica en Informática  
y su género discursivo.”***

(Análisis de doce temas de tapa correspondientes a los años 1997, 1999 y 2002  
publicados en el suplemento Clarín – Informática del diario del mismo nombre)

UNIVERSIDAD DE BUENOS AIRES  
FACULTAD DE FILOSOFIA Y LETRAS  
Dirección de Bibliotecas

Maestranza: María del Valle Manriquez  
D.N.I. Nº 5.140.693

Directora de Tesis: Graciana Vázquez Villanueva

**Índice**

<b>Agradecimiento.....</b>	<b>5</b>
<b>Prólogo.....</b>	<b>6</b>
<b>Introducción .....</b>	<b>8</b>
- Origen del género de divulgación científica-tecnológica: Tipologías y modelos .....	8
- Nuestra perspectiva .....	13
- Estructura de la Tesis .....	15
<b>Capítulo 1 La problemática de la Informática y su discurso .....</b>	<b>20</b>
1.1 El por qué del discurso de divulgación en tecnología informática y nuestras primeras hipótesis .....	20
1.2 Itinerario teórico .....	24
1.2.1 Aclaraciones sobre sus condiciones de producción y armado del corpus .....	25
1.2.2 Géneros y registros .....	30
1.2.3 Las macroestructuras .....	34
1.2.4 La enunciación .....	37
1.2.5 Recorridos argumentativos .....	38
1.3 Constitución del corpus: su plan de análisis .....	40
1.4 A modo de conclusión .....	53
<b>Capítulo 2 La divulgación científica – tecnológica como práctica discursiva ...</b>	<b>54</b>
2.1 El proceso de divulgación y la sociedad .....	54
2.2 Precisiones sobre el concepto de divulgación y sus rasgos textuales relevantes .....	60
2.3 Inscripción de esta práctica discursiva en las condiciones actuales del mercado de información .....	62
2.4 La divulgación y los sistemas de acceso restringidos y abiertos .....	65
2.5 El periodista en la sociedad del conocimiento y el científico o tecnólogo en la sociedad de la información .....	68
2.6 A modo de conclusión .....	73

<b>Capítulo 3</b>	<b>El tema de tapa como género discursivo .....</b>	<b>75</b>
3.1	La nota de divulgación científica-tecnológica como género discursivo .....	75
3.1.1	Contenido temático .....	78
3.1.2	Estilo verbal .....	80
3.1.3	La estructura textual .....	86
3.2	El dialogismo como característica genérica .....	88
3.3	El discurso de divulgación en Informática y la nota .....	91
3.4	El tema de tapa y su relación con el soporte discursivo .....	98
3.5	La voz y el modo en el tema de tapa .....	105
3.6	A modo de conclusión .....	114
<b>Capítulo 4</b>	<b>El juego de las macroestructuras .....</b>	<b>116</b>
4.1	Tópicos o macroestructuras globales .....	116
4.2	Análisis semántico-textual de macroestructuras .....	120
4.2.1	Títulos y sobretitulares .....	120
4.2.2	Otros elementos de titulación .....	125
4.2.3	Esquema estructural básico de la nota de tapa y los tópicos secundarios .....	134
4.2.3.1	Subtópicos y esquemas de categorías organizacionales .....	135
4.2.3.2	Relación de tópicos con esquemas .....	139
4.2.3.3	Otros contrastes: 1999 – 2002 .....	142
4.3	A modo de conclusión .....	149
<b>Capítulo 5</b>	<b>Las voces enunciativas .....</b>	<b>151</b>
5.1	Aproximación al campo enunciativo .....	151
5.2	La enunciación .....	152
5.3	La inscripción de los interlocutores en el texto .....	155
5.3.1	El enunciador y locutor .....	155
5.3.2	El enunciatario y alocutario .....	157
5.4	El rol del divulgador .....	161
5.5	Modalidades .....	163
5.5.1	Modalidades de enunciación .....	164
5.5.2	Modalidades de enunciado .....	165



## **AGRADECIMIENTO**

A la Directora de la Maestría en Análisis del Discurso, Dra. Elvira N. de Arnoux debo su constante colaboración en esta trayectoria académica que finaliza y a la Dra. Graciana Vázquez Villanueva, mi Directora de Tesis, su dedicación, entusiasmo y apoyo en la elaboración y escritura de este manuscrito.

A mi familia agradezco tantas horas hurtadas de sus vidas.

## PRÓLOGO

La escritura de esta tesis significa la relación y culminación de dos itinerarios en nuestra vida profesional. Por una parte, los capítulos de ésta responden a la práctica del Análisis del Discurso, finalización de la Maestría del mismo nombre que cursáramos en el Postgrado de la Facultad de Filosofía y Letras de la Universidad de Buenos Aires. Por otra, el tema sobre el discurso de divulgación informática, se vincula con los campos de conocimiento en Informática y Electrónica, carreras en que nos desempeñáramos en nuestra función docente, en la Universidad Tecnológica Nacional, Facultad Regional Buenos Aires.

Durante muchos años nos interesamos en la divulgación científica y tecnológica, tanto a través de la lectura de artículos publicados en periódicos como en revistas de nuestro medio. En ellos, observamos las dificultades y problemas que encuentran los divulgadores para reformular y hacer comprensibles al público no experto, temas que pertenecen a disciplinas de los ámbitos de la ciencia y tecnología. Muchas veces, esos artículos periodísticos resultan incomprensibles o muestran, desde el punto de vista lingüístico falencias composicionales o estilísticas.

A pesar del creciente interés que día a día despiertan las investigaciones tecnológicas en la sociedad, notamos que no existen prácticamente, estudios sobre ellas desde la perspectiva lingüística. En español, si bien hay meritorios trabajos sobre el discurso de divulgación científica, no sucede lo mismo con la divulgación tecnológica. Hay algunas revistas especializadas en nuestro idioma que, en los últimos años, analizan el fenómeno de la divulgación científica y tecnológica, una de ellas, la revista Iberoamericana de Discurso y Sociedad, editada por Gedisa, pero en los números publicados hemos encontrado escasos artículo que se ocupan de la tecnología. Este hecho contribuyó a nuestra toma de conciencia acerca de la necesidad de realizar una investigación sobre este género discursivo en el campo de la Informática y que analizara no sólo el contenido temático sino también sus características estilísticas y estructurales, además, que no olvidara que este discurso surge de un contexto sociocultural que le otorga legitimidad.

La gradual especialización informática, producida en estas últimas décadas, conlleva un creciente interés por parte del lector no experto en este campo de conocimiento, máximo cuando los cambios sociales en los que estamos insertos tienden día a día a la automatización y pueden convertirlo y convertirnos en “analfabetos

informáticos". Nos es necesario, por lo tanto, examinar este discurso que utilizan los medios de comunicación masiva porque el saber que ellos transmiten atañe a los procesos de automatización y es causa impulsora del desempleo y marginalidad en la medida en que, como sostiene Aníbal Ford la "brecha digital" divide inexorablemente los países desarrollados, poseedores de las últimas innovaciones e inventos tecnológicos, (que son los menos) y aquellos otros (la gran mayoría de la población mundial) que no tienen acceso a este campo de conocimiento, ya que sólo el 7,7% dispone de ordenador o computadora. (Ford, 2005)

## INTRODUCCIÓN

Hasta mediados del siglo XX, el discurso científico-tecnológico, debido a su progresiva especialización y tecnificación, no transpone los límites de la comunidad universitaria (Calsamiglia, 2000). La necesidad de dar a conocer estos conocimientos especializados a la sociedad es la base sobre la que se asienta la responsabilidad que toman para sí, los diferentes medios de comunicación masiva especialmente en las dos últimas décadas del siglo pasado y en la primera del actual. Hecho que los estimula a informar sobre los últimos descubrimientos, inventos e innovaciones. (Cela, 2000)

Revistas y periódicos se han convertido en espacio de encuentro entre especialistas y público no especializado. Este suceso presenta un sinnúmero de dificultades sobre todo cuando se pretende decodificar los conceptos rígidos de la ciencia y la tecnología y reformularlos en lenguaje general o común. No debemos olvidar que la divulgación, al canalizarse a través de diferentes medios de comunicación (prensa, radio, televisión, INTERNET, etc.) y, al abarcar a todas las producciones orales, escritas y audiovisuales que poseen esta temática, cubre un amplio espectro de público y éste, muchas veces, desconoce absolutamente estos tipos de conocimiento. (Berruecos, 2000)

Los textos de divulgación científica-tecnológica por su doble discursividad ofrecen un campo propicio para las investigaciones de Análisis del Discurso. Nuestro propósito es analizar, en el marco de la prensa gráfica de nuestro país, el discurso de divulgación en tecnología informática como género discursivo no sólo porque consideramos que dicho discurso presenta variables propias sino también porque no hemos encontrado, en nuestro idioma, investigaciones que lo tengan como referente. Asimismo, los estudios de analistas franceses, especialmente los de Christiane Marcellesi (1973) lo focalizan lexicográficamente.

### **Origen del género de divulgación científica-tecnológica: Tipologías y modelos.**

El origen de la divulgación científica-tecnológica presenta temporalidades distintas para los investigadores de la ciencia. Para algunos teóricos como Ángel Cappelletti (1987), esa fecha puede ubicarse en el siglo I a.C. con Lucrecio, filósofo romano. Para otros, como Calvo Hernando (2001) el nacimiento de la divulgación se produce en el período comprendido entre los siglos XVII y XVIII con el abandono del

latín como lengua de conocimiento y la difusión de la ciencia entre un público no especializado. En el primer caso, se toma en cuenta la aparición de la obra más conocida e importante de Lucrecio, *De Naturis*, que si bien no puede considerarse propiamente un libro de divulgación, contiene explicaciones sobre la naturaleza propia de este discurso para legos y profanos. En el segundo caso, se considera a Bacon como uno de los científicos pioneros en el proceso de divulgación y persuasión de “las bondades de la ciencia”. Esta tendencia toma, además, como hito demarcatorio, la publicación de artículos de divulgación en la *Gazette de France*, periódico fundado por el médico Teofrasto Renaudot. En ella aparecen artículos dirigidos al público en general y no, a científicos. (León, 1999:28)

El concepto de género discursivo, introducido por Bajtín en los estudios del lenguaje, desde una perspectiva semiótica-social entre los años 1926 a 1930, se constituye en la vanguardia de todos los estudios de tipologización y modelos discursivos de la lingüística moderna. Al separar las diferentes prácticas discursivas y clasificarlas como **géneros primarios o simples** (si se relacionan directamente con la realidad constituyéndose en comunicación discursiva inmediata) y **secundarios o complejos** (si, por el contrario, atienden a condiciones de comunicación más desarrollada y organizada, principalmente en textos escritos), realiza una distinción fundamental aunque no precise pautas metodológicas para la tarea de describir géneros discursivos particulares ni tampoco lineamientos teóricos sobre estos. Sin embargo, al relacionar el estilo con el género permite el avance de los estudios tipológicos y de modelos posteriores. “Una función determinada (científica, técnica, periodística, oficial, cotidiana) y unas condiciones determinadas, específicas para cada esfera de la comunicación discursiva, generan determinados géneros, es decir, unos tipos temáticos, composicionales y estilísticos de enunciados determinados y relativamente estables”. (Bajtín, 1999:252)

Preferimos el uso de la expresión género discursivo establecida por Bajtín, en oposición a otras formas terminológicas como tipos, clases, estilos porque esta nomenclatura está relacionada con una dimensión histórica-cultural más general que la estrictamente lingüística y que es propia del Análisis del Discurso.

La terminología **género discursivo** predomina especialmente en la lingüística francesa mientras que las otras denominaciones se enmarcan en la lingüística textual. Heinemann y Viehweger (1991) informan que existe unidad de criterios entre los investigadores para utilizar **clase textual** cuando se trata de clasificaciones empíricas

utilizadas por miembros de una comunidad determinada y tipos textuales cuando la categoría está ligada a una clasificación sistemática de textos. Además, para considerar una tipología debemos partir de aquellos autores como Sager (1980) que delimitan o caracterizan al Lenguaje General frente a los llamados Lenguajes Especiales.

Desde la segunda mitad de la década del '70, **los lenguajes de especialidad o lenguajes especiales** provocaron gran interés en los estudios lingüísticos, especialmente entre los investigadores ingleses y alemanes. Sin embargo, los estudiosos franceses también profundizaron en estas clasificaciones tipológicas (Grosse, 1976). Observamos así que hay lingüistas que clasifican el discurso de divulgación científica entre este tipo de lenguaje, tal es el caso de Gläser (1981) y Löffler Laurian (1983).

Gläser (1981) propone una clasificación basada en la estilística. Diferencia los estilos académico-científico y técnico, de divulgación científica, directivo y cotidiano. Caracteriza el primero de estos por su alto grado de abstracción (mediante el uso de proposiciones impersonales y pasivas) y ausencia absoluta de rasgos emotivos. Mientras que la divulgación científica, por el contrario, lo particulariza por el propósito del divulgador de despertar interés en los lectores, motivo que determina la utilización de secuencias explicativas, de tecnicismos, de omisión o circunscripción de estos, uso del “nosotros” inclusivo, además aprovecha la variedad de estereotipos y/o figuras del lenguaje con el objeto de amenizar el texto, así como comparaciones, analogías, recursos visuales, etc. En un texto posterior (Gläser, 1993) utiliza el concepto de género discursivo y define a la divulgación científica como una clase prototípica de textos:

El género LSP (Language for Special Purposes) consiste en un esquema históricamente establecido, institucionalizado y productivo para el ordenamiento lógico (disposición) y la formulación lingüística de un tema o estado de cosas específico. En este trabajo propone un enfoque que denomina “integrador” que incluye propiedades situacionales (externas al texto) y lingüísticas (internas al texto). El análisis textual que propone el enfoque integrador es un procedimiento de arriba hacia abajo. Luego de la mención de una serie de propiedades situacionales y lingüísticas (macroestructura, interlocutores, rasgos estilísticos, tratamiento de la terminología), cuya presencia determinaría “perfiles de género” propone específicamente una tipología de tres niveles. El primer nivel se vincula con la estratificación vertical de la comunicación LSP, dentro de una esfera particular de discurso, que permite distinguir el campo científico del campo de divulgación a partir de sus interlocutores (experto-experto y experto-no experto). Dentro de la comunicación con no expertos, realiza una distinción adicional entre textos didácticos y textos popularizados. Estos tienen distintas metas comunicativas y se caracterizan por diferentes estructuras textuales. Justamente, el nivel funcional y el de estructura textual son los restantes niveles de la tipología que propone. En resumen, la distinción de la divulgación científica se

realiza a partir de los interlocutores, de la funcionalidad y de la estructura textual, aunque sobre estos últimos dos niveles la autora no realiza precisiones. (Ciapuscio, 2000:45)

A.M. Loffler-Laurian (1983) trabaja en discursos escritos franceses; propone una tipología de los géneros discursivos cuyo campo de conocimiento es la ciencia fundamentándola en criterios situacionales y lingüísticos. Entre los primeros toma en cuenta la situación comunicativa, el emisor, el receptor y el soporte material del mensaje, en tanto que entre los segundos se detiene en el estudio del tipo de definición que presenta y predomina. Además, incluye en esta tipología los discursos científico-especializado, de semidivulgación científica, de divulgación científica, científico-pedagógico, de tipo memoria-tesis y científicos oficiales. Al dividir el campo divulgativo en semidivulgación y divulgación propiamente dicha, radica esta diferencia en el hecho de que en la primera el emisor es un investigador científico mientras que el receptor se tipifica en un público con estudios superiores o universitarios. En tanto que, en la segunda, el periodista especializado configura el rol del emisor y el público general lo hace con el del receptor.

Los modelos lexicográficos predominan en esta década y se basan en enfoques similares a los sostenidos por los teóricos que postulan la dicotomía entre los denominados Lenguaje General y Lenguaje Especial. En esta posición se ubica Morturex (1982, 1985) quién considera a la terminología como el principal escollo de la divulgación por la hermeticidad del discurso científico. Este punto de vista clásico sostiene la figura del “tercer hombre” o intermediario, rol que cumple el divulgador científico (actor que conoce el lenguaje común o general).

También otro investigador francés, en sus estudios sobre la sociodifusión, Daniel Jacobi (1984) retoma los postulados de trabajo propuestos por Bajtín y analiza el paradigma discursivo de la divulgación científica clasificando sus marcas lexicales. Profundiza en las ideas de Bajtín sobre **dialogismo** y **polifonía** y cita diversas formas típicas del discurso de divulgación: reflexión sobre su propio discurso, discurso sobre parte del discurso, utilización del discurso de otros; discurso dentro del discurso y enunciación sobre la enunciación. Estima importante el modelo de la “continuidad de las prácticas de difusión en el campo científico” que permite no sólo analizar las variaciones de modalidades de difusión científica sino que, además, se desprende del “producto estándar de divulgación”. En estudios posteriores (Jacobi, 1987) observa cómo en las acepciones del verbo divulgar “publicar, extender, poner al alcance del

en general, determinados saberes de la ciencia, a través de un nuevo discurso cuyos fines y formas no son necesariamente científicas.

Si bien todas las obras consultadas se refieren al discurso de divulgación científica, escasamente incorporan en su tipologización la nomenclatura referente a la técnica y tecnología, objeto de nuestro estudio. Como dijéramos anteriormente, las investigaciones pertinentes a los contenidos informáticos abarcan en la mayoría de los casos, el uso o práctica de la computación como herramienta de apoyo para los lingüistas y aportan los resultados de tales prácticas pero no se detienen en el relevamiento de las condiciones de producción y circulación de este discurso ni tampoco estudian las características y variables dominantes que lo componen.

### **Nuestra perspectiva**

Nuestra perspectiva sobre la divulgación informática está focalizada en el Análisis del Discurso. Concebimos esta divulgación como una clase especial de discurso, distinta del discurso de divulgación científica aunque guarde con éste ciertas similitudes y convergencias, por ejemplo, el hecho de que ambos sean discursos en segundo grado es decir, originados en un texto-fuente (informe científico o técnico).

En la tesis analizamos y describimos las siguientes variables, con el objeto de reconocer marcas identificatorias. Por ejemplo: a) oscilación entre la tercera y primera persona discursivas; b) representación e identificación de la figura del lector, posible cliente o usuario, en el rol de alocutario; c) uso de tópicos y/o macroestructuras que desvían el sentido del mensaje; d) empleo de estrategias y mecanismos que refuerzan la función persuasiva, desplazando de este modo la informativa-explicativa y acercando al mismo tiempo la divulgación al discurso publicitario; e) mención constante de los beneficios o ventajas y precios de los productos a los que hacen referencias las notas publicadas.

Por otra parte, revisamos en el *corpus* el proceso de construcción de entidades discursivas y su interacción, a los efectos de establecer a través de su examen, las condiciones de producción y circulación del discurso mencionado. Asimismo indagamos como dichas condiciones permiten apreciar las huellas de desplazamiento o desvío del texto fuente (informe tecnológico) al nuevo texto al descubrir un entramado discursivo que responde a exigencias del mercado editorial.



El discurso de divulgación, que en el *corpus* estudiado aparece, presenta variables propias que lo diferencian del discurso de divulgación científica. Por ejemplo, primero, respecto de su situación de enunciación exhibe, aparentemente un enunciador individual que cumple, sin embargo, una representación social de todo un equipo de trabajo. Esta variable puede presentar objeciones porque muchas veces en el discurso de divulgación científica también se produce este hecho, pero en la divulgación informática, el enunciador no sólo enmascara en tercera persona la voz enunciativa de la primera, sino que por tal causa, utiliza demasiadas variaciones lexicales y estereotipos impropios tanto de los discursos científico y tecnológico como así también de la divulgación científica. Segundo, el locutor se dirige frecuentemente al alocutario que, en este caso, se identifica con la figura del lector, interpeándolo como posible cliente del producto que ofrece. Tercero, el locutor mencionado usa tópicos o macroestructuras que distorsionan o desvían el sentido del mensaje. Cuarto, emplea estrategias y mecanismos que refuerzan la función persuasiva en detrimento, muchas veces, de la explicativa. Finalmente, menciona constantemente los beneficios y precios de los productos que ofrece, hecho que no se da en el discurso de divulgación científica y que, en consecuencia, lo aproxima al discurso publicitario.

Las variaciones consideradas nos permiten establecer una distancia entre este discurso y el “discurso de divulgación científica”. Paralelamente se suman a las variables establecidas, otras cuya función atiende a la figura del alocutario, por ejemplo, la representación que de éste se hace como usuario o presunto cliente interesado computacional y económicamente en el producto, bien o servicio que se ofrece y que, por tal motivo, recibe el mensaje transmitido no sólo con función informativa sino también orientativa sobre la posible adquisición o compra de dichos productos, bienes o servicios ofrecidos.

Por otra parte, el alocutario como coprotagonista de la acción interlocutiva desenmascara la primera persona locutiva porque, al intervenir en el discurso en la voz enunciativa, niega la tercera persona en que dicho discurso se construye y así le devuelve la subjetividad perdida. Ejemplo:

Si estás por comprar una nueva computadora para las **tareas del cole**, seguramente tendrás muchas dudas y preguntas. Tenés que elegir entre **marcas clon o clon de marca**. Y fijarte bien en cada una de las partes, principalmente en el **procesador y la placa madre**. En esta nota **las claves y algunas pistas** para no equivocarte en la elección. Todo lo que tenés que saber sobre cada

componente para **no gastar demás**. (Leo González Pérez, 22 de febrero de 2006)<sup>1</sup>

Si bien la nota se construye en tercera persona, las continuas interpelaciones al enunciatario como las que se aprecian en el ejemplo seleccionado, desenmascaran la voz enunciativa de la primera persona.

### **Estructura de la Tesis**

Nuestra tesis se estructura en seis capítulos. En el primero de estos, titulado “La problemática de la informática y su discurso” nos referimos a los diferentes problemas que puede presentar esta tecnología desde el punto de vista discursivo. Partimos en nuestro recorrido de la explicación de los motivos que incidieron en nosotros para la elección de este tema. Explicitamos las tres hipótesis en las que hemos apoyado nuestra investigación: la variabilidad de este discurso respecto de la divulgación científica; la nota de tapa como género discursivo de la divulgación informática con contenido temático, estilo verbal y composición o estructura propias y, el uso de estrategias persuasivas para desviar la conducta del destinatario o coenunciador hacia la adquisición del producto. Ampliamos, además, el propósito señalado en la introducción, separándolo en dos objetivos: primero, analizar el discurso de divulgación científica-tecnológica y segundo, examinar este discurso en la prensa (tema de tapa) porque dicho género no sólo pretende explicar al público no experto una actividad cada día más desarrollada en la sociedad que desplaza paulatinamente otras prácticas sociales sino también que orienta y persuade al alocutario en la adquisición de productos informáticos.

La construcción de nuestro *corpus* se realizó tomando en cuenta doce notas o temas de tapa seleccionados por su representatividad, en el transcurso de tres años considerados relevantes desde el punto de vista sociohistórico, económico y cultural, tema que tratamos en el capítulo 1, apartado 1.3.

Aludimos también en este capítulo, al marco teórico que hemos construido para fundamentar nuestras hipótesis de trabajo. Señalamos los aportes de Mijail Bajtín

---

<sup>1</sup> Aunque construimos nuestro *corpus* con los doce temas de tapa señalados en la carátula, correspondientes a los años 1997, 1999 y 2002, hemos seleccionado algunos ejemplos pertenecientes al resto del material discursivo que ofrece el suplemento Clarín - Informática con el objeto de precisar y aclarar algunos temas.

Por otra parte, en el ejemplo citado, el uso de negritas corresponde al autor.

(1979), Dominique Maingueneau (1989, 1999), Suzanne Eggins y J. R. Martín (2000) para el estudio de los temas sobre género y registro; Emile Benveniste (1970, 1971) y D. Maingueneau, anteriormente citado, en las investigaciones sobre enunciación; Teun Van Dijk (1980, 1989, 1995, 2000) en macro, micro y super estructuras; Ch. Perelman (1989) y L. Olbresht Tyteca (1958), S. E Toulmin (1958), J. B. Grize (1982, 1996 y 1999), J. C. Anscombre y O. Ducrot (1983), Charles Plantin (1998), en argumentación y discurso; y, además tuvimos en cuenta las observaciones sobre las condiciones de producción consideradas tanto por D. Maingueneau (1989) como por Elíseo Verón (2000, 2004).

Explicamos en “La divulgación como práctica discursiva”, segundo capítulo de la tesis, el proceso de difusión desde el origen de la constitución del circuito comunicativo entre el mundo científico – tecnológico y la sociedad. Nos referimos al origen de esta práctica discursiva y su evolución hasta la época actual. Precisamos, posteriormente, el concepto de divulgación y determinamos sus rasgos relevantes. Mostramos la inscripción de esta práctica discursiva en las condiciones actuales del mercado de información y la relacionamos con los sistemas de acceso restringidos y abiertos. Para concluir en la focalización de los roles periodísticos, científicos y tecnológicos en sociedades disímiles, por ejemplo, la del conocimiento y la de la información.

En el tercer capítulo “El tema de tapa como género discursivo” examinamos el formato de la nota o tema de tapa como noticia periodística y observamos su relación con el soporte discursivo del Suplemento. Para el análisis de este tipo de noticias partimos del concepto de género discursivo de Bajtín e indagamos en ellas el contenido temático, estilo verbal y estructura. Sumado a esto, nos cercioramos si se aplica en los temas de tapa seleccionados el cumplimiento de las restricciones establecidas por Maingueneau como definiciones del género discursivo: el estatus respectivo de los enunciadorees y coenunciadores, las circunstancias de espacio y tiempo de la enunciación, el soporte y los medios de difusión, los temas que pueden introducirse, la longitud, el modo de organización, etc. Concluimos el capítulo con la aplicación de los conceptos de *ethos* y registro, basándonos en el uso analítico de la teoría de registro y género. Para ello seguimos la teoría sistémica funcional que establece las similitudes y las diferencias entre discursos o textos, y explica a qué se deben sus posibles variables. (Eggins y Martín, 2000)

El cuarto capítulo "El juego de las macroestructuras" nos permite reconocer, reconstruir y sistematizar los tópicos o temas con el objeto de relacionar las macroestructuras, superestructuras y microestructuras para lograr su integración textual. En la primera parte nos ocupamos del análisis de las macroestructuras globales o tópicos, de acuerdo a los conceptos estudiados por Van Dijk (1975, 1978, 1990) y Genette (1981). Aplicamos estas nociones a cuatro notas o temas de tapa publicados en el año 1997, en los que analizamos desde el punto de vista semántico textual no sólo las macroestructuras globales sino otras estructuras de menor jerarquía que se destacan en sobretitulares, títulos, volantas, cintillos y bajadas. En la segunda parte revisamos las relaciones existentes entre los tópicos generales o macroestructuras globales, los esquemas organizacionales y los tópicos secundarios, así como las vinculaciones de estos últimos entre sí. Por último, también observamos la incidencia que tiene el contexto sociohistórico, político y económico en la construcción de ambos tópicos en tales notas.

En el capítulo quinto "Las voces enunciativas", recurrimos a la teoría de enunciación para revisar las condiciones de producción del discurso mediante las huellas o marcas que se muestran en la superficie textual y que llevan implícita la configuración del enunciador y de los coenunciarios. Para el análisis nos valemos de cuatro artículos de 1999 donde evaluamos el juego enunciativo entre la primera y tercera personas y aquellos casos de dialogismo y polifonía de acuerdo a la teoría bajtiniana. Señalamos, además, los distintos tipos de destinatarios, deteniéndonos en el destinatario neutro, tercero discursivo en la nominación de Plantín (1996), porque éste representa a todos aquellos destinatarios que sin ser propiamente interlocutores son afectados, de alguna manera, por las palabras o propuestas del enunciatario. También identificamos la figura del usuario como desdoblamiento del destinatario no experto. Por último, confrontamos las cuatro notas seleccionadas con las representativas de 1997 y 2002 porque de este modo podemos comparar no sólo la situación de enunciación de cada una de ellas sino también las estrategias enunciativas y el contexto de dichas situaciones. Además, nos referimos al rol que cumple el divulgador de la nota o tema de tapa como productor y/o autor del enunciado.

Nos referimos en "Argumentación y discurso", capítulo sexto, en primer lugar, a la noción de argumentación como práctica discursiva; por otra parte, tratamos las diversas teorías argumentativas conocidas en el transcurso del siglo XX y nos detenemos en el análisis de las relaciones existentes entre dichas teorías y el discurso

que nosotros investigamos. Finalmente, analizamos los mecanismos y las estrategias argumentativas utilizadas en las notas de tapa del año 2002 porque el sentido de estas notas difiere de las publicadas en 1997 y 1999 y esta diferencia responde al contexto sociohistórico, económico y político de la Argentina después de los sucesos acaecidos en el año 2001.

De acuerdo a lo expuesto, en la estructura orientamos el análisis del *corpus* tomando en cuenta las variabilidades genéricas, macroestructurales, enunciativas, y argumentativas que se manifiestan en el discurso de divulgación tecnológica-informática porque las transformaciones operadas en el discurso tratado son producto de la implementación de la variación de acontecimientos socio-históricos.

Finalmente, debemos destacar que el interés de este trabajo radica, por una parte en que desde la perspectiva del análisis del discurso, abordamos un campo de conocimiento muy nuevo que se expande rápidamente hacia otras prácticas sociales. Por otra parte, a pesar de que analizamos un *corpus* constituido por doce temas de tapa preferidos por su contextualidad socio histórica, observamos e investigamos todos los temas de tapa publicados en el suplemento.

A través de la lectura y análisis de los temas de tapa pudimos observar que el discurso de divulgación en Informática cumple una función innovadora en la prensa escrita porque trasciende lo estrictamente informático y lingüístico e incorpora ambos conocimientos en un único discurso, la divulgación. Al mismo tiempo que ubica dicha práctica en un contexto sociocultural determinado.

En este sentido nuestra perspectiva desde el Análisis del Discurso, nos permitió observar las variables propias que diferencian este discurso de los discursos científico y tecnológico, así como, las que lo distancian de la divulgación científica. Además, mediante el análisis del contenido temático, el estilo verbal y la estructura de las notas o temas de tapa, es decir sus características genéricas, pudimos reconocer, identificar y sistematizar el uso de este discurso divulgativo a cargo de un enunciador que si bien utiliza la tercera persona singular, nos habla desde una situación de enunciación en primera persona. Esta situación de ambigüedad enunciativa la observamos no sólo en el uso frecuente de apelaciones al enunciatario sino también en la incorporación de ciertos estereotipos característicos de la divulgación pero impropios del discurso científico y/o tecnológico. Estos lugares comunes connotan una fuerte carga de subjetividad que no se manifiesta en enunciados impersonales, desagentivados y de tercera persona. Sumado a esto, a través del reconocimiento de marcas y deícticos reconocidos en la superficie

enunciativa advertimos que la presencia de ese enunciador encubierto por la tercera persona ficticia tiene como finalidad desplegar una serie de estrategias persuasivas que resignificarían la apelación al enunciatario, produciendo mediante esta figura (representación textual del lector como posible cliente o usuario) un desvío o cambio en la conducta del verdadero destinatario del mensaje.

En otro orden, el enunciador de este discurso divulgativo se caracteriza por su tono formal y culto, responsable de la información técnica que transmite y jerárquicamente superior en este campo de conocimiento respecto de su enunciatario. Estos rasgos de precisión y legitimación del saber que expone no coinciden con el uso de clichés y estereotipos que caracterizan sobre todo las introducciones y presentaciones de los referentes textuales.

## Capítulo 1 - La problemática de la Informática y su discurso.

### 1.1 El por qué del discurso de divulgación en Informática y nuestras primeras hipótesis.

El discurso de divulgación científica-tecnológica posee una larga trayectoria histórica. Este discurso sirve de intermediario entre la especialización de los campos de la ciencia y la tecnología y el hombre común, no experto en esos conocimientos. En la actualidad, la extrema complejidad de los procesos de producción y consumo, así como la creciente evolución de descubrimientos e inventos, obstaculiza la interrelación directa entre los investigadores y el público lego. Esta vinculación se establece mediante un **discurso de segundo grado**, fundado en los discursos científico y tecnológico, que recibe el nombre de “discurso de divulgación científica” o “discurso de divulgación científica-tecnológica”. Este caso peculiar de discurso forma parte de un conjunto discursivo más amplio perteneciente al campo de los enunciados explicativos<sup>2</sup>.

Al considerar este campo, nuestro propósito de trabajo surge de la necesidad de dar respuesta a ciertos interrogantes: ¿Es la divulgación tecnológica idéntica a la divulgación científica? Y sino lo es ¿en qué se diferencian? ¿Por qué se incluye a ambas en una misma denominación? ¿Existe un discurso de divulgación en tecnología? Y si existe éste ¿puede hablarse de discurso de divulgación en Informática? ¿Cómo se representa el discurso mencionado en la prensa gráfica?, y más específicamente ¿Cuáles son sus estrategias y mecanismos discursivos?

Aunque son múltiples las preguntas que sobre este discurso podríamos hacernos nos resultaría muy difícil responder a todas fehacientemente. Por eso, cuando formulamos el **objetivo** de nuestro trabajo dijimos que consistía en primera instancia, en analizar el discurso de divulgación científica-tecnológica en el campo de la informática, para luego observar en este discurso las variables del género periodístico de la nota, específicamente de los **temas de tapa** ya que ellos representan privilegiadamente el discurso de divulgación que investigamos. Por otra parte, estas notas exhiben la dualidad entre secuencias explicativas y argumentativas, con mayor relevancia de las

---

<sup>2</sup> Gérard Genette (1989) al tratar el tema de la hipertextualidad en su obra **Palimpsestos. La literatura en segundo grado** dice que denomina hipertexto al texto en segundo grado o texto derivado de otro texto preexistente, al que llama hipotexto, siempre que la finalidad del primero no sea comentar el segundo texto. Berta Zamudio y Ana Atorresi (2000) tratan el tema del discurso de divulgación científica entre los discursos explicativos y opinan que la divulgación científica construye – más precisamente, reformula - un primer discurso - el discurso teórico - que circula en el marco de una comunidad restringida de modo que resulte legible en el “exterior”. Acerca de este segundo discurso que es la divulgación los analistas sostienen posiciones encontradas [...] (Zamudio-Atorresi, 2000: 126)

segundas en la medida en que la estrategia persuasiva es utilizada continuamente en la etapa de orientación o asesoramiento para la adquisición del producto o servicio.

Nos planteamos como problema la observación y análisis de esta práctica discursiva, exclusivamente en un ámbito de la tecnología, la Informática. Y dentro de ella tendremos en cuenta únicamente aquellos discursos publicados en la prensa escrita y que corresponden al subgénero nota de tapa en Suplemento semanal de un medio gráfico. Por tal motivo, partimos de la formulación de tres hipótesis. La primera de ellas: **El discurso de divulgación en Informática, es un discurso muy nuevo en su circulación social que, si bien posee rasgos textuales que comparte con el discurso de divulgación científica, también presenta variables propias que lo diferencian de este último o de otros discursos de divulgación que se originan en otros campos de conocimiento.** Estos rasgos son:

- 1) La implementación de un discurso explicativo-argumentativo con prioridad sobre esta última secuencia discursiva que lo diferencia del discurso de divulgación científica propiamente dicho porque si bien este último también utiliza la explicación y la argumentación, confiere mayor importancia a la primera.<sup>3</sup>
- 2) La transmisión de información obtenida y seleccionada a partir de textos tecnológicos (*papers*) y/o entrevistas con tecnólogos que, en el discurso de divulgación informática no elude tecnicismos relacionados con la investigación original como sucede muchas veces en el discurso de divulgación científica propiamente dicha. Este hecho da lugar a una escritura hermética que debe ser aclarada constantemente.<sup>4</sup>
- 3) La influencia del soporte electrónico sobre el soporte papel que se evidencia en la diagramación e interrelación de macroestructuras y microestructuras.
- 4) La construcción de un enunciador ambiguo que oscila entre la primera y la tercera persona, representativo de una situación de enunciación peculiar porque al mismo tiempo que lo explica orienta sobre la compra del producto.
- 5) La apelación constante por parte del locutor al lector no experto, posible usuario de los productos, bienes o servicios divulgados.

---

<sup>3</sup> Para ampliación sobre el tema de la relación explicación-argumentación en el discurso de divulgación científica véase Joëlle Rey (1999) y Zamudio-Atorresi (2000).

<sup>4</sup> El tema de la hermeticidad del discurso científico lo desarrolla, entre otros autores Daniel Jacobi (1984) y Vladimir De Semir (2000), quien agrega a esta dificultad otras razones que inciden en la correcta transmisión y divulgación del conocimiento científico y médico.



- 6) La copresencia en el texto de estructuras y terminologías de la lengua inglesa, además de innumerables siglas incorporadas conjuntamente con los códigos general, tecnológico y técnico.
- 7) La articulación del discurso tratado con el discurso publicitario.

Para verificar estas variables discursivas nos apoyamos en los conceptos de Verón sobre las condiciones de generación de un discurso y su relación con el *corpus*:

El análisis del discurso puede interesarse ya sea por las condiciones de generación de un discurso o un tipo de discurso, ya sea por las lecturas de que ha sido objeto el discurso, es decir por sus efectos [...] Entre las condiciones, por supuesto, está también todo aquello que el analista considera, por hipótesis, como elementos que desempeñan un papel determinante para explicar las propiedades de los discursos analizados: esos elementos varían según el tipo de investigación y según la naturaleza de la producción significativa abordada. (Verón, 2004, 41)

Los enunciados de las notas de tapa, es decir nuestro *corpus*, muestran las huellas de sus condiciones de producción. Por ejemplo, las notas de tapa correspondientes al año 2002 refieren en sus paratextos la debacle económica acaecida en el 2001. Esas huellas o marcas indicadoras de las operaciones de engendramiento, “operaciones discursivas subyacentes” remiten a las condiciones de producción del discurso. Las operaciones en sí mismas no son visibles en la superficie textual, estas operaciones deben reconstruirse o postularse a partir de las marcas de dicha superficie, es decir, en su modo de análisis.

**La segunda hipótesis que sostenemos (derivada de la primera) es que la noticia de divulgación construida como nota o tema de tapa del Suplemento constituye un género discursivo con contenido temático, estilo verbal y composición o estructura propias.**

El contenido temático de las notas o temas de tapa es muy amplio ya que abarca noticias sobre el hardware (o herramientas) y el software (o programas). Una cantidad considerable de ellas tiene como objetivo la tematización de las innovaciones tecnológicas que aparecen en el mercado informático, como así mismo la difusión de nuevos dispositivos y servicios. Otro grupo tematiza la influencia de Internet en el entorno social, aconseja sobre su uso e informa sobre las posibles

conexiones con otras redes. También encontramos otro tipo de notas de divulgación cuyo objetivo son los juegos y formas de entretenimiento. Por último, y en mayor cantidad, hay notas que aportan datos sobre el uso de la computadora como herramienta de trabajo y/o estudio, así como las que asesoran sobre posibles catástrofes, advertencias imprescindibles si pretendemos una correcta utilización de la computadora y sus dispositivos.

Por último y como tercera hipótesis consideramos **que si se toman en cuenta las huellas o marcas de la superficie textual de las notas o temas de tapa, estas señales permiten evidenciar estrategias argumentativas de persuasión utilizadas por el enunciador con la intención de desviar la conducta del destinatario hacia la adquisición del producto, bien o servicio.** Esta hipótesis la planteamos como respuesta al siguiente interrogante que nos formulamos después de la lectura de los primeros textos del *corpus*: **¿Es posible que el discurso del suplemento analizado tenga otra finalidad, además de la informativa?**

Al referirnos a la primera hipótesis señalamos que una de las variables propias del discurso de divulgación que encontramos en las notas de tapa era la **apelación** constante al lector no experto, posible usuario del producto bien o servicio divulgado<sup>5</sup>. Por ejemplo:

Los que tienen la expectativa de fatigarse los ojos mirando **películas en DVD**, o retando a los **juegos más modernos** deberían pensar en una pantalla **de entre 17 y 19 pulgadas**. Aquí sí, sobre todo con el DVD, lo que abunda no daña y cuanto más grande mejor.

Por último, **los profesionales**, del diseño, la fotografía, la arquitectura o la ingeniería estarán bien cómodos si optan por un monitor de **21 pulgadas**. (Gonzalez Pérez, 2002:2)

En el enunciado del ejemplo puede apreciarse con claridad cómo se desvía la finalidad explicativa del mensaje enunciativo con el propósito de la colocación de determinados productos en los usuarios. La alusión “Los que tienen la expectativa...” encubre una apelación al lector, posible cliente del bien o servicio publicitado. Apelación que se hace más evidente en el segundo párrafo al nombrar a cada uno de los

---

<sup>5</sup> Nuestra mirada como investigadores sobre los hechos observados es similar a la perspectiva del detective que reflexiona sobre el caso que debe dilucidar, todo dato por mínimo que sea puede aportar nuevos indicios para resolver el enigma. (Guinburg 1976, Babini, 1982)

distintos profesionales y sus campos de acción. El uso de los enunciados cristalizados “lo que abunda no daña” y, “cuanto más grande, mejor”, coordinados por el conector “y”, como así también la mención a la condición de comodidad que se destaca en el subjetivema (modificado adverbialmente) “bien cómodos” completa el sentido conativo.

## 1.2 Itinerario teórico

Incluimos nuestras reflexiones en el marco del Análisis del Discurso, la Teoría de la Enunciación y la Lingüística Textual. En nuestra tesis convergen varias líneas de investigación: seguimos a Dominique Maingueneau (1989, 1999) y a Elíseo Verón (2000, 2004) en sus enfoques sobre las condiciones de producción que inciden en el armado de un *corpus*. Tomamos en cuenta, además, las consideraciones aportadas por Mijail Bajtín (1999) sobre género discursivo. También consideramos las restricciones que Maingueneau aplica a este concepto. De este mismo autor, asimismo utilizamos sus valoraciones sobre *ethos* y escena discursiva.

Suzanne Eggins y J. R. Martín (2000) nos han ayudado mucho con sus informes sobre género y registro. Del mismo modo que Daniel Jacobi (1984, 1987) lo ha hecho al aplicar la teoría bajtiniana al campo de la divulgación científica. Por otra parte, trabajamos desde la Lingüística Textual, la sistematización sobre macro, super y microestructura siguiendo los lineamientos establecidos por Teun Van Dijk (1980, 1989, 1995, 2000). En cuanto a los estudios de Emile Benveniste nos han sido de invaluable ayuda para deslindar el tema de las voces enunciativas.

Por último, diversas teorías del siglo XX nos han servido de fundamento para abordar el tema de la argumentación: de Dominique Maingueneau (1989) hemos tomado la noción de argumentación, de Charles Plantin (1998) el rol de los actores, de S. Toulmin (1958) los componentes, el esquema y la fuerza argumentativa, este último concepto retomado por Anscombe y Ducrot (1983), de J. B. Grize (1982, 1996, 1999) las relaciones entre esquematización y argumentación. Hemos seguido a M. J. Cuenca (1995) en sus apreciaciones sobre mecanismos y estrategias argumentativas, como asimismo las investigaciones de Anscombe y Ducrot, citados con anterioridad, nos han ayudado conjuntamente con los conceptos de Greimas a interpretar la intencionalidad subyacente del discurso de divulgación.

### 1.2.1 Aclaraciones sobre las condiciones de producción y armado del corpus

Para el armado del *corpus* nos ubicamos en los planteos teóricos de Dominique Maingueneau sobre Análisis del Discurso, como así también en la Teoría de la Discursividad de Elíseo Verón (2000, 2004). El primero, basándose en G. Provost-Chauveau<sup>6</sup>, considera que dicho análisis se caracteriza “por operar las más de las veces sobre varios discursos puestos en relación al considerar sus **condiciones de producción...**” (Maingueneau, 1989:22)<sup>7</sup>. Necesariamente este enfoque supone, en primer lugar, la constitución de un *corpus*; en segundo lugar, el requerimiento de establecer una invariante o cierta regularidad textual para llevar a cabo el análisis y, en tercer lugar, la articulación del modelo de discurso con las condiciones de su producción<sup>8</sup>. Una “teoría del discurso” que tome en cuenta el tercer postulado, o sea la articulación entre modelo y condiciones de producción puede encontrarse con dos obstáculos simétricos, a saber:

[...] enfrentarse con discursos muy complejos, difíciles de relacionar con sus condiciones de producción o, por el contrario, encontrarse con discursos de estructuración muy difusa, que se ponen en relación con las condiciones de producción de una manera tan inmediata que el desequilibrio se establece esta vez en beneficio de las condiciones de producción. Ello no significa que esos dos tipos de discursos no tengan interés para la investigación, por el contrario, pero si intentara empezar por ello, el análisis del discurso correría el riesgo de adoptar una mala estrategia heurística. (Maingueneau, 1989:23)

Como ejemplo del primer caso, este teórico selecciona un *corpus* integrado por discursos teológicos que se definen, esencialmente, por las relaciones que mantienen estos con una multitud de otros textos de idéntica índole, sometidos a la misma normativa teológica, caracterizada por remitir constantemente al texto bíblico que los apoya, aclara o sustenta. Tanto el estatus de los eclesiásticos como el conjunto de las instituciones religiosas constituyen una formación social muy compleja. Por tal motivo,

---

<sup>6</sup> “El análisis del discurso supone la consideración conjunta de varios textos, dado que la organización interna del texto aislado no puede remitir sino a sí misma (estructura cerrada) o a la lengua (estructura infinita, reiteración de los mismos procesos) [...]. Cuando el análisis se desarrolla sobre un solo texto, se hace referencia a una tipología existente.” (Provost-Chauveau, 1973:19)

<sup>7</sup> La comparabilidad de los discursos supone invariantes; por ejemplo, el mismo hablante en ambientes diferentes, con roles diferentes, diferentes hablantes en las mismas condiciones de producción, etc. Tampoco debe olvidarse, la diversidad de relaciones que pueden mantener los discursos entre sí: alianza, inclusión, antagonismo, etc., “y la necesidad de una reflexión teórica exterior a la lingüística strictu sensu para determinar si el estado de las condiciones de producción presenta un grado suficiente de estabilidad y homogeneidad” (Maingueneau, 1987:23)

<sup>8</sup> Las consideraciones de este autor sobre género discursivo las trataremos cuando hagamos referencia a la escuela francesa.

poner en relación directa y sin mediación las condiciones de producción de dicho sistema y el discurso resultante es una tarea que presenta una notoria complejidad.

Durante el transcurso de la investigación para obtener datos y realizar el relevamiento del material discursivo que integraría el *corpus* se nos presentaron innumerables problemas sobre todo por la variedad, extensión y cantidad de noticias que incorporan el discurso de divulgación como práctica discursiva. Como dijéramos en la introducción seleccionamos entre todas, las notas o temas de tapa porque pudimos apreciar que en éstas se ofrecía mayor regularidad y homogeneidad. En tales notas, por una parte, se pretende explicar al público no experto una práctica discursiva cada día más desarrollada en la sociedad. Por otra, se muestra a la Informática como un acontecimiento tecnológico que incide en la vida del hombre común y constituye un hito demarcatorio en un proceso de cambio sociohistórico. Sin embargo, nos encontramos con la siguiente dificultad: no todos los temas de tapa se constituyen en el marco de la divulgación como práctica discursiva. Se nos hizo necesario, por tal motivo diferenciar aquellas notas que si la incluían, y sobre dicho grupo, separar los años 1997, 1999 y 2002, en que los temas de tapa exteriorizaban un **tópico dominante**. Para la distribución anual tomamos en cuenta el contexto sociohistórico, político y económico en que tales notas se produjeron. Por lo tanto nos guiamos en el proceso de armado del *corpus* por los conceptos establecidos por Pêcheux para el análisis de discursos concretos y completos como representaciones comunicativas de complejas interacciones sociales.

Creemos que el *corpus* que armamos para nuestro trabajo muestra su eficacia para el análisis del discurso porque, como sucede con aquellos *corpus* formados por discursos políticos, equilibra discursos y condiciones de producción. En el discurso de divulgación informática, las condiciones de producción guardan una estrecha relación con el divulgador o periodista especializado y, mediatamente, con el tecnólogo, o el autor del informe técnico. Sumado a esto, y como bien lo señalara Jacobi (1984), basándose en Guespin (1971), está construido por enunciados sobre enunciados, porque la divulgación, como lo dijéramos anteriormente, es un discurso basado en el informe técnico o la entrevista, es decir, un discurso en segundo grado.

Por otra parte, la teoría de la discursividad sostenida por Verón nos fue de mucha utilidad para analizar el material discursivo del *corpus* porque nos permitió relacionar las condiciones de producción y de reconocimiento no sólo de las notas o temas de tapa sino respecto del suplemento en sí, su estructura y organización interna;

así como también su vinculación con las distintas situaciones, económicas, históricas e ideológicas en que estas notas fueron escritas.

Para Verón, el concepto de discurso, originado en la década del setenta, permite la posibilidad de un desarrollo conceptual en ruptura con la lingüística porque sitúa la teoría del discurso social, necesariamente, en un plano distinto al de la lengua. La noción de discurso rompe con el modelo binario del signo, sostenido por Saussure y se apoya en el modelo ternario de *sinn*, *zeichen* y *bedeutung*, construido en Frege (sentido – signo – significado)<sup>9</sup>, o en Peirce (interpretante – signo – objeto). La teoría de la discursividad o de los discursos sociales, mediante su modelo ternario (operaciones – discurso – representaciones) permite la recuperación y reelaboración de ciertos problemas olvidados, por ejemplo, la materialidad de sentido, por una parte, y la construcción de lo real en la red de la semiosis, por otra. Dentro de esta perspectiva, la posibilidad de todo análisis del sentido descansa sobre los modos de funcionamiento de la semiosis social, definida por Verón como la dimensión significativa de los fenómenos sociales. El estudio de la semiosis es el análisis de los fenómenos sociales en tanto procesos de producción de sentido, de ahí que una teoría de los discursos sociales repose sobre una doble hipótesis:

- Toda producción de sentido es necesariamente social: no se puede describir ni explicar satisfactoriamente un proceso significativo, sin explicar sus condiciones sociales productivas.
- Todo fenómeno social es, en una de sus dimensiones constitutivas, un proceso de producción de sentido, cualquiera que fuere su nivel de análisis (más o menos micro o macro-sociológico). (Verón, 2004:125)

El sentido está estrechamente relacionado con los comportamientos sociales. Es, en la semiosis, donde se construye la realidad de lo social. El más pequeño acto que realiza un individuo dentro de la sociedad supone, la puesta en práctica de un encuadre cognitivo socializado, y una estructuración también socializada de las pulsiones. El análisis de los discursos sociales posibilita de esta manera, al sentido de la construcción social de lo real.

Toda producción de sentido, sostiene Verón, se manifiesta materialmente porque partimos de productos o “materias sensibles investidas de sentido”, es decir, de

---

<sup>9</sup> Uno de los más importantes lógicos-matemáticos alemanes modernos, Gottlob Frege (1848-1925) distingue entre *Sinn* (sentido, connotación, significado) y *Bedennung* (denotación, denotatu, referente), según la traducción.

configuraciones de sentido identificadas sobre un soporte material, llámese éste, texto lingüístico, imagen, sistema o acción cuyo soporte es el cuerpo, etc. Cualquiera sea el soporte material, lo que llamamos discurso o conjunto discursivo “no es otra cosa que una configuración espacio temporal de sentido”. (Verón, 2004:127)

Las condiciones productivas de los discursos sociales tienen que ver ya sea con las condiciones de producción (determinaciones que definen las restricciones de generación de un discurso), ya sea con las condiciones de reconocimiento (determinaciones que conceptualizan las restricciones de su recepción). Es en este sentido que un conjunto discursivo no puede ser jamás **analizado en sí mismo**. De esta forma, la primera condición del Análisis del Discurso es relacionar el conjunto significativo con aspectos determinados de sus condiciones productivas: “El análisis de los discursos no es otra cosa que la descripción de las huellas de las condiciones productivas en los discursos, ya sean las de su generación o las que dan cuenta de sus ‘efectos’”. (Verón, 2004:127)

Las condiciones de producción de un conjunto significativo no son nunca las mismas que las de reconocimiento. La distancia entre producción y reconocimiento depende del nivel de funcionamiento de la semiosis en que uno se coloca, así como el tipo de conjunto significativo estudiado. No hay huellas de circulación, ésta se hace evidente como diferencia entre los dos conjuntos de huellas anteriores<sup>10</sup>.

El proceso de producción de un discurso o de un género discursivo determinado posee “la forma de una descripción de un conjunto de operaciones discursivas”. Estas operaciones son dispositivos articulatorios que permiten investir de sentido la materialidad textual. (Verón, 2004:18) No se puede describir el proceso de producción

---

<sup>10</sup> “Las reglas que componen estas gramáticas describen operaciones de asignación de sentido en las materias significantes, [...] Estas operaciones son siempre operaciones subyacentes, reconstruidas a partir de marcas inscriptas en la superficie material [...] La representación de las relaciones de los discursos con sus condiciones de producción y de reconocimiento debe realizarse de acuerdo a formas esquemáticas o reglas de generación y reglas de lectura. En el primer caso, hablamos de gramática de producción, en el segundo de gramática de reconocimiento.

Tanto desde el punto de vista sincrónico cuanto diacrónico, la semiosis social es una red significativa infinita. En todos sus niveles tiene la forma de una estructura de encastramiento. Tomemos como ejemplos los discursos sociales constituidos de materia lingüística escrita”.

En la medida en que siempre otros textos forman parte de las condiciones de producción de un texto o de un conjunto textual dado, todo proceso de producción de un texto es, de hecho, un fenómeno de reconocimiento, sólo puede manifestarse bajo la forma de uno o varios textos **producidos**. En la red infinita de la Semiosis, toda gramática de producción puede examinarse como resultado de determinadas condiciones de reconocimiento; y una gramática de reconocimiento sólo puede verificarse bajo la forma de un determinado proceso de producción, he ahí la forma de la red de producción textual en la historia”. (Verón, 2004:129-130)

de un discurso o de un tipo de discurso sino es en relación con un conjunto de hipótesis acerca de elementos extratextuales. Es decir que sólo en el proceso de producción de un discurso relacionado con sus condiciones de producción podremos obtener una lectura fidedigna de su nivel de pertinencia: “Los conceptos relativos a las condiciones de producción son indispensables para poder establecer el nivel de pertinencia en el que nos vamos a colocar a fin de identificar, en la superficie textual, las marcas que remiten a las operaciones discursivas”. (Verón, 2004:18)

La denominación “proceso de producción” alude a ese conjunto de huellas que las condiciones de producción dejan sobre la materialidad textual mediante las operaciones discursivas. “...Un fenómeno extra-textual merece el nombre de condición de producción si, y sólo si, ha dejado huellas en el discurso textual [...]. La noción de extratextual debe ser siempre definida en relación con un conjunto textual dado, sometido al análisis”. (Verón, 2004:18) Esta observación reviste importancia si tomamos en cuenta que gran parte de las condiciones de producción de un conjunto textual dado consisten en otros textos ya producidos. Un conjunto o paquete textual es el espacio en el que se manifiesta una multiplicidad de marcas o huellas “que dependen de niveles de determinación diferentes”. (Verón, 2004:19) Por lo que una teoría del sentido que dependa de un sistema productivo, deberá tomar en cuenta que dicho sistema está constituido por la articulación entre producción, circulación y consumo.

Los enunciados de los temas de tapa, es decir, nuestro *corpus*, muestran las huellas de las diferentes condiciones de producción del discurso de divulgación científica-tecnológico, tema tratado en el capítulo 3, porque responden a una serie de rasgos extratextuales, por ejemplo, las notas de tapa correspondientes al año 2002 refieren en paratextos y textos la situación económica acaecida después del año 2001. Esas huellas o marcas indicadoras de las operaciones de engendramiento, “operaciones discursivas subyacentes”, remiten a las condiciones de producción de este discurso. Las operaciones en si mismas no son visibles en la superficie textual aunque pueden y deben reconstruirse partiendo de las marcas de dicha superficie, o sea, en su modo de análisis, tema de la tercera hipótesis.



### 1.2.2 Géneros y registros

Para demostrar nuestra segunda hipótesis **“la noticia de divulgación científica-tecnológica en informática construida como nota o tema de tapa del suplemento, constituye un género discursivo con contenido temático, estilo verbal, composición y estructura propios”**, nos apoyamos en las consideraciones establecidas por Bajtín sobre género discursivo, los aportes de Maingueneau sobre este tema y los estudios realizados por la lingüística textual sobre registro y género<sup>11</sup>.

Las diversas esferas de la actividad humana se relacionan con el uso o práctica lingüística aunque este uso puede manifestarse mediante características y formas variables, a partir de enunciados tanto orales como escritos. Bajtín los denomina **“concretos y singulares”**, es decir que pertenecen a los distintos participantes de dicha práctica.

Estos enunciados reflejan las condiciones específicas y el objeto de cada una de las esferas no sólo por su contenido (temático) y, por su estilo verbal, o sea por la selección de los recursos léxicos, fraseológicos y gramaticales de la lengua, sino, ante todo por su composición y estructuración. Los tres momentos mencionados – el contenido temático, el estilo y la composición – están vinculados indisolublemente en la **totalidad** del enunciado y se determinan, de un modo semejante, por la especificidad de una esfera dada de comunicación. Cada enunciado separado es, por supuesto, individual, pero cada esfera del uso de la lengua elabora sus tipos relativamente estables de enunciados, a los que denominamos géneros discursivos. (Bajtín, 1999:248)

Los géneros discursivos si bien son tipos relativamente estables, poseen una inmensa riqueza y diversidad originada en la variabilidad de la actividad humana ya que en cada esfera o campo de actividad existe un amplio repertorio de géneros diversos:

La riqueza y diversidad de los géneros discursivos es inmensa, porque las posibilidades de la actividad humana son inagotables y porque en cada esfera de la praxis existe todo un repertorio de géneros discursivos que se diferencia y crece a medida que se desarrolla y se complica la esfera misma. Aparte hay que poner de relieve la extrema **heterogeneidad** de los géneros discursivos (orales y escritos). (Bajtín, 1999:248)

---

<sup>11</sup> Las investigaciones de los autores mencionados constituyen la base de nuestra hipótesis que diferencia el discurso de divulgación tecnológica en Informática del denominado discurso de divulgación científica.

Las investigaciones científicas de todo tipo como así mismo los géneros periodísticos formarían parte de la inmensa masa de enunciados complejos, denominados géneros discursivos secundarios. Por otra parte, cuando un hablante emplea un género, se crean expectativas tanto en él como en el oyente porque al escuchar los discursos de los demás, adivinamos su género desde las primeras palabras, tan es así que podemos predecir su extensión como así también su estructura compositiva.

Daniel Jacobi (1986) continúa la línea bajtiniana de los géneros discursivos porque aplica al campo del discurso de divulgación científica los postulados propuestos por el teórico ruso. Basándose en los conceptos de dialogismo y polifonía considera que el discurso mencionado anteriormente presenta: reflexión sobre su propio discurso, discurso sobre una parte del discurso, utilización del discurso de otro, discurso dentro del discurso, enunciación sobre la enunciación.<sup>12</sup>

Los estudios de Bajtín sobre el género discursivo también fueron utilizados por la Escuela Francesa de Análisis del Discurso.<sup>13</sup> Por ejemplo, Maingueneau (1999), utiliza la expresión “género discursivo” para referirse a dispositivos de comunicación sociohistóricamente definidos. La conversación, la noticia policial, el editorial, la consulta médica, los avisos clasificados, entre otros, entrarían en esta clasificación. El punto más delicado consiste en detener la proliferación de los géneros porque se puede distinguir una inmensa variedad de subgéneros, por ejemplo, de noticias policiales. La concepción tradicional de los géneros discursivos los consideraba como especie de marcos en los que se “deslizaba un contenido” que era independiente. Por otra parte, las investigaciones pragmáticas consideraron a los géneros discursivos como actividades “más o menos rituales que se desarrollaban legítimamente y eran exitosas siempre que

---

<sup>12</sup> “reflexión sur son propre discours, discours sur une partie du discours,, utilisation du discours, discours d’autrui, discours dans le discours et énonciation sur l’énonciation, qui selon lui, se retrouvent aisément dans le discours scientifique et le discours de VS”. (Jacobi, 1986:79)

<sup>13</sup> El núcleo de estas investigaciones es el discurso político llevado a cabo por lingüistas e historiadores con una metodología que asociaba la lingüística estructural y una “teoría de la ideología” que se inspiró, simultáneamente, en una relectura de la obra de Marx hecha por Althusser y en el psicoanálisis de Lacan. Se trataba de pensar la relación entre lo ideológico y lo lingüístico evitando reducir el discurso al análisis de la lengua o, por el contrario, disolver lo discursivo en lo ideológico. Al denunciar la ilusión del sujeto del discurso de ser “la fuente del sentido”, la escuela francesa privilegió los caminos “analíticos” que desestructuraban los textos: se trataba de hacer aparecer el discurso como una plenitud engañosa cuyo análisis debía revelar la “inconsistencia” fundamental al relacionarla con el trabajo de la fuerzas inconscientes”. (Maingueneau, 1999:53)

se adecuaran a las reglas que las constituían”. Estas restricciones definitorias de un género se refieren a:

- El estatus respectivo de los enunciadores y coenunciadores;
- Las circunstancias de espacio y tiempo de la enunciación;
- El soporte y los medios de difusión;
- Los temas que pueden introducirse;
- La longitud, el modo de organización, etc. (Maingueneau, 1999:55)

Por último, el estudio de la divulgación científica – tecnológica nos lleva a aproximarnos a las investigaciones realizadas por Suzanne Eggins y J.R. Martin (2000) sobre registro y género del discurso. Estos autores, basándose también en los estudios bajtinianos para examinar textos de similar tema pero diferentes efectos, consideran que todo análisis de registro y género debe, en primer lugar describir las pautas lingüísticas (palabras y estructuras) que crearon esos diferentes efectos. Por este motivo, basan su investigación en el grado de formalidad del lenguaje empleado, la carga de actitud y/o evaluación expresadas por el autor del texto y el conocimiento de fondo que se utiliza en ellos.

Este tipo de análisis, explica, también, las diferencias lingüísticas que se relevan. Una explicación evidente de estas últimas es la relación que los textos guardan con su contexto social de enunciación. Dicha explicación puede especificarse aún más si se toma en cuenta cuáles son las dimensiones del contexto social que producen mayor impacto en el lenguaje de los textos. Tanto las selecciones de vocabulario como de estructura están influenciadas por tres dimensiones contextuales:

- La diferencia de formalidad se relaciona con el grado de realimentación posible entre el autor del texto y su audiencia; el contraste principal es el que ocurre entre el discurso oral y el discurso escrito (modo);
- La ausencia y/o presencia de elecciones actitudinales y evaluativas se vinculan con el rol que desempeña el autor del texto (tenor);
- El contraste entre el vocabulario técnico y el vocabulario cotidiano se relaciona con el grado de familiaridad con el tema que cada autor supone que su público posee (campo discursivo).<sup>14</sup>

---

<sup>14</sup> “Es significativo que hayamos identificado no sólo uno, sino varios grupos de pautas que diferencian textos. De forma similar, identificamos no solamente una sino varias dimensiones contextuales que se ‘introducen’ en los textos. Esta pluralidad sugiere que un texto es un entramado compuesto de muchas hebras diferentes portadoras de significados que actúan de manera simultánea. Si preguntamos, por

La relación entre “hebras de significados” en el texto y las dimensiones contextuales de éste aporta los dos temas en común de la teoría de registro y género. Por una parte, el análisis en profundidad de la variación de las características lingüísticas del discurso, es decir, una especificación explícita y cuantificable de las pautas léxicas, gramaticales y semánticas del texto. Por otra, esta teoría considera la variación lingüística y, por tal motivo, toma como referencia la variación en el contexto.

La noción de registro se origina, teóricamente, en la observación que indica que según las circunstancias es el uso que hacemos del lenguaje, es decir que utilizamos el lenguaje de modo diferente en situaciones diferentes. “Para expresarlo más técnicamente, se puede ver que las dimensiones contextuales producen un impacto en el lenguaje que hace que cierto significado, así como sus expresiones lingüísticas, sean más probables que otros”. (Eggins y Martin, 2000:340)

La formulación teórica de la relación entre lenguaje y contexto es un objetivo central de los teóricos del registro, que incluye diferentes posiciones como la de Hymes (1972; 1974) que sostiene que las dimensiones contextuales tienen impacto o incidencia en el texto hasta la de Halliday (1978; 1985a), asociada a la semiótica social que considera los textos como la realización de dimensiones contextuales fundamentales. Además de las consideraciones sobre registro, esta teoría no descuida la explicación sobre la coherencia y la estructura genérica de los textos. En el primer caso, la coherencia se toma en cuenta por la multidimensionalidad semántica que ofrecen estos. En el segundo, la estructura genérica, por su unidad semántica.

El concepto de género en Eggins y Martín se acerca a la posición de Bajtin, porque los identifica como tipos relativamente estables de emisiones interactivas. Por lo tanto estos son resultantes del uso del lenguaje en determinadas prácticas culturales y sus textos poseen propósitos culturales diferentes. Esta teoría también reconoce al género de un texto por la secuencia de las etapas o pasos funcionalmente distintos a través de los cuales se desarrolla. Los textos al cumplir diferentes tareas en la cultura se

---

ejemplo, de ‘qué trata’ el texto 1 (es decir, cuál es su sentido), debemos reconocer que trata de más de un asunto a la vez. Por un lado, el texto aporta significados sobre una realidad [...]. Pero esos significados relacionados *con las ideas* no son los únicos significados aportados por el texto. También hablan de las actitudes del autor con respecto a su tema y de su relación de rol con los lectores. Esos son los significados interpersonales del texto. Finalmente, a través de la hebra de los significados textuales, el texto dice algo acerca de cómo está organizado como acontecimiento lingüístico (o sea, que es un texto escrito, y debería leerse como tal)”. (Eggins y Martin, 2000:339)

despliegan de forma distinta mediante etapas o pasos diferentes. Dentro de esta perspectiva, la relación entre el contexto y el texto se concibe como probabilística: un interactuante que se proponga lograr una meta cultural particular es probable que inicie un texto de acuerdo a un género determinado, dicho texto desplegará también un modo específico.

La teoría de género y registro se fija en la variación funcional porque explica de que manera los textos son diferentes y aclara las motivaciones contextuales de esas diferencias. “Una teoría útil de género y registro es la que permite realizar tanto predicciones textuales como deducciones contextuales”. (Eggins y Martin, 2000:343) Dicha teoría involucra tanto un informe detallado del discurso como una teoría detallada del contexto y la relación que existe entre este último y el primero.

### 1.2.3 Las macroestructuras

En el campo de la Lingüística Textual, desarrollada por Van Dijk, durante el transcurso de la década del 70, que propone la posibilidad de encontrar un sistema en el discurso, considerado hasta el momento como caótico o imposible de sistematizar, hallamos herramientas válidas para el análisis de nuestro *corpus*.<sup>15</sup>

La conceptualización desplegada por Van Dijk considera que hay normas que condicionan el discurso y que éste es susceptible de descripción, porque puede mostrar estructuras con naturaleza sistemática cómo así también propiedades del uso del lenguaje. El fenómeno que permite considerar el discurso como un todo es la propiedad de coherencia que se manifiesta bajo las formas lineal o secuencial y global. La primera se establece mediante las relaciones “que se mantienen entre proposiciones expresadas por oraciones compuestas y secuencias de oraciones” (Van Dijk, 1995:150), mientras

---

<sup>15</sup> “Entre las muchas otras ramas del análisis del discurso surgidas en la década de los 60, se dio un enfoque más lingüístico a la mayoría de los textos escritos; este desarrollo tuvo lugar principalmente en la Europa continental, primero, en la Alemania Federal y los países vecinos. Metodológicamente, la así llamada lingüística del texto, y especialmente su dirección más específica denominada gramática del texto, se inspiró primero en las gramáticas transformacionales generativas, tal como fueron desarrolladas por Chomsky. Como otros estudiosos de distintas disciplinas lingüísticas, los analistas del discurso rechazaron la limitación artificial de la oración y sostuvieron que la competencia lingüística y sus normas debían también extenderse a las estructuras del texto más allá de la proposición (Petöfi, 1971; Van Dijk, 1972, 1977; Dressler 1972; Peföfi y Rieser, 1973; De Beaugrande y Dressler, 1981). Se afirmó que muchas propiedades de la sintaxis, y especialmente las de la semántica, no se limitaban a una oración sino que más bien caracterizaban secuencias de cláusulas, proposiciones o textos completos: los pronombres, los artículos definidos e indefinidos, los demostrativos; muchos adverbios, conjunciones de varios tipos y fenómenos como la presuposición, la coherencia y la actualidad”. (Van Dijk, 1980:40)

que la segunda corresponde “a estructuras semánticas de una naturaleza más global, no para ser caracterizadas directamente por (relaciones entre) proposiciones individuales, sino en términos de conjuntos de proposiciones, secuencias completas y ciertas operaciones sobre conjuntos y secuencias de proposiciones de un discurso”. (Van Dijk, 1995:151)

Estas macroestructuras determinan la coherencia global o de conjunto de un discurso y, a su vez, están determinadas en sí mismas por la coherencia lineal de las secuencias. Los estudios de Van Dijk nos son propicios para el análisis de las variables macroestructurales de las notas de tapa en la medida en que las estructuras textuales especiales de tipo global denominadas macroestructuras son de naturaleza semántica. Toda macroestructura “es una representación abstracta de la estructura global de significado de un texto. Mientras que las secuencias deben cumplir las condiciones de la coherencia lineal, los textos no sólo han de cumplir estas condiciones (porque se ‘presentan’ como secuencia de oraciones), sino también las de coherencia global”. (Van Dijk, 1989:55)

Si aceptamos que las macroestructuras poseen una naturaleza semántica como conjunto organizado de proposiciones. Debemos reconocer que el término macroestructura se presenta como relativo porque designa una estructura de tipo global que se relaciona con estructuras más específicas pertenecientes a un nivel inferior.<sup>16</sup>

La macroestructura discursiva está en relación con los esquemas o superestructuras que presenta el discurso. La noción de superestructura sostenida por Van Dijk (1980, a) “estructuras globales del discurso, definidas por categorías y reglas superestructurales específicas de manera semejante a los relatos” se conecta con la noción de macroestructura semántica o tema. Esto quiere decir que toda forma o esquema global de un texto debemos contactarlo con un significado global que pueda llenar esa forma o esquema.

Así, necesitamos de un cierto tipo de macrosemántica, que considere estos significados globales con el fin de permitirnos describir los significados de párrafos, apartados o capítulos completos del discurso escrito. De modo similar, necesitamos también cierto tipo de macrosintaxis para caracterizar las formas

---

<sup>16</sup> De esto podemos inferir que en un texto, ambas (macroestructuras y microestructuras) pueden cumplir las dos funciones ya que existen distintos niveles posibles de la macroestructura en un texto, por lo que cada nivel superior o de mayor globalidad de proposiciones puede representar una macroestructura frente a un nivel inferior”. (Van Dijk, 1989:56)

globales de un discurso, a las cuales llamamos esquemas o superestructuras. (Van Dijk, 1990:48)

En otro pasaje encontramos:

Es decir que en un nivel global necesitamos lo que ya era corriente en las gramáticas tradicionales, donde las representaciones semánticas se proyectan sobre las estructuras sintácticas de las oraciones. Esta forma global del discurso puede definirse en términos de un esquema basado en reglas. Este esquema está formado por una serie de categorías jerárquicamente ordenadas que pueden ser específicas para diferentes tipos de discursos, y convencionalizadas y en consecuencia diferentes en sociedades o culturas distintas. (Van Dijk, 1990:77)

La nomenclatura de **esquema** para designar la superestructura nos permite acercar este concepto a la noción de género discursivo sostenida por Bajtín y la escuela francesa de análisis del discurso, como veremos en los apartados siguientes.

De acuerdo a los postulados de la Lingüística Textual, la noticia periodística es un texto o discurso utilizado o hecho público en los medios periodísticos o los medios de información pública tales como la televisión, la radio y la prensa, en la que se ofrece una nueva información sobre sucesos recientes. Desde este punto de vista analizamos los temas de tapa como noticias periodísticas representativas del discurso de divulgación en tecnología, y las consideramos, basándonos en Van Dijk, como parte de complejos procesos de producción y escritura del material periodístico<sup>17</sup>.

Los periodistas, rara vez, son observadores directos de los acontecimientos. Dichos acontecimientos, en la mayoría de los casos, son conocidos a través de los discursos codificados e interpretados por otros y, de manera más relevante, a través de los despachos de las agencias informativas. Reportajes, declaraciones, entrevistas, reuniones, conferencias de prensa, mensajes de otros medios, comunicados de prensa, etc. forman parte del proceso de producción de las noticias. Las distintas operaciones que comprende el procesamiento del texto-fuente en texto de divulgación podrán

---

<sup>17</sup> Van Dijk integra en su análisis estudios con enfoques sociales y económicos, realizados en Estados Unidos (Gans, 1979; Tuchman, 1978a; Fishman, 1980) y otros, llevados a cabo en Gran Bretaña pero estrechamente vinculados con investigaciones francesas o italianas, como por ejemplo, los postestructuralistas como Barthes, Foucault, Derrida, Pêcheaux o Althusser que dan gran importancia al análisis ideológico de los medios y de las noticias. Otros estudios ingleses marcan una ruptura con los anteriores, por ejemplo, los del grupo Leicester (Halloran, Elliot y Murdock, 1970) o los de Cohen (1980), Cohen y Young (1981). En estos últimos adquiere gran relevancia el análisis de la cobertura de los medios, el rol que desempeñan en la sociedad y la fabricación de noticias. (Van Dijk, 1990)

apreciarse en el material seleccionado que constituye el corpus, mediante las huellas testimoniales o marcas lingüísticas y no lingüísticas que aparecen en las notas de tapa.

#### 1.2.4 La enunciación

El análisis de los discursos que componen nuestro corpus permite apreciar el juego enunciativo de la persona – no persona, señalado por Benveniste (1970) en el capítulo titulado “El hombre en la lengua” de su obra *Problemas de lingüística general*. En tanto realización individual, la enunciación puede definirse, respecto de la lengua, como el proceso de apropiación en que el locutor se adjudica el aparato formal de la lengua y enuncia su posición de sujeto por medio de indicios específicos, por una parte, y de procedimientos accesorios, por otra. En el preciso momento en que se declara locutor y asume la lengua, implanta al otro enfrente de él, cualquiera sea el grado que se atribuya a ese otro. Toda enunciación es una alocución explícita o implícita que postula a un interlocutor o alocutario. La presencia del locutor en su enunciación hace que cada instancia de discurso constituya un centro de referencia interno, situación que se va a manifestar por un juego de formas específicas cuya función es poner al locutor en relación constante y necesaria con su enunciación.

Una teoría lingüística de la persona verbal no puede construirse más que sobre el fundamento de las oposiciones que diferencian a las personas.<sup>18</sup> Sobre la tercera persona se asienta el problema de la subjetividad en la lengua porque ella, si bien trae consigo una indicación de enunciado sobre alguien o algo, no se refiere a una persona específica; es una forma verbal que tiene por función expresar la **no persona**. La oscilación entre la primera y tercera persona del discurso son marcas o indicios que aparecen en la divulgación científica-tecnológica, así como el uso del presente y el pasado como tiempo del acontecimiento que desplaza la persona del narrador.

En el marco de los estudios sobre enunciación realizados por Benveniste, nuestro propósito es aproximarnos al **comportamiento del sujeto de la enunciación** al tomar en cuenta los siguientes aspectos:

- La práctica divulgativa que investigamos se caracteriza por la interacción entre un divulgador o periodista especializado representado textualmente como

---

<sup>18</sup> Para estudiar la estructura de dichas oposiciones parte de las definiciones que emplean los gramáticos árabes. Para ellos, la primera persona es **al – mutakallimu**, ‘el que habla’, la segunda **al – mutakabu**, ‘al que se dirige uno’, pero la tercera es **al – ya ibu**, ‘el que está ausente’.



enunciador segundo que refleja, sintetiza y simplifica lo enunciado por un enunciador original o primero (investigador tecnólogo) para que lo comprenda o interprete un coenunciador o enunciatario.

- El discurso de divulgación como práctica periodística pareciera conservar todavía en su estructura los requisitos impuestos desde siempre en la comunidad científica-tecnológica, altos índices de objetividad y neutralidad determinantes de ciertas marcas o estrategias discursivas. En la mayoría de los casos esas características se logran por el uso de la tercera persona gramatical, construcciones impersonales, pasivas sin expresión del agente, sintagmas nominales con referencia léxica, etc..

Aunque en la mayoría de los casos, en los textos seleccionados para el análisis, el enunciador pareciera evitar su participación enunciativa, no identificándose como agente de la acción que comunica y presentándose en ausencia, subyacen ciertos rasgos de subjetividad que se manifiestan en el enunciado mediante la formulación de estereotipos, subjetivemas o marcas de persona. Por ejemplo:

El dicho dice: 'lo bueno, si breve, dos veces bueno'. En el mundo de las computadoras sucede exactamente eso. Cada vez es más abundante la oferta de productos que se reducen en tamaño pero no en prestaciones, tal cual lo demuestra la flamante Cassiopeia E-10. (Guillermo Milla, 1998:14)

El uso del refrán inicial indica la subjetividad subyacente del enunciador que toma distancia del enunciado emitido mediante la utilización de la tercera persona.

### **1.2.5 Recorridos argumentativos**

Las investigaciones sobre el proceso argumentativo son relevantes para el Análisis del Discurso porque la argumentación forma parte de la coherencia discursiva. Nos acercamos al universo argumentativo, a través de las consideraciones de Dominique Maingueneau (1989), quien define la argumentación como una acción compleja finalizada, en la que el fin coincide con la adhesión de los oyentes a una tesis presentada por el hablante, base para que se produzca una serie encadenada de argumentos. La finalidad argumentativa se obtiene mediante la suma de las subfinalidades que poseen los distintos argumentos que componen la serie. Por otra parte, Adam (1992) sostiene que podemos reconocer la argumentación como secuencia

textual en diversas prácticas discursivas tanto privadas como públicas. Ejemplo de estas prácticas son las conversaciones cotidianas, las entrevistas de trabajo, los debates parlamentarios, los discursos políticos, los avisos publicitarios, las críticas literarias y artes plásticas, etc. Es decir que las prácticas argumentativas pueden ser orales o escritas.

La argumentación como práctica discursiva responde a una función comunicativa y se orienta hacia un destinatario para lograr su adhesión, como dijéramos anteriormente. Para obtener esta adhesión es necesario que el argumentador utilice ciertas estrategias o mecanismos argumentativos para convencer al argumentatario<sup>19</sup>. Si bien esta práctica se conoce desde la antigüedad es, a mediados del siglo XX, cuando se trabaja con ella en función de los estudios del lenguaje. Debemos tanto a Ch. Perelman y L. Olbrecht-Tyteca (1958) como a S.E. Toulmin (1958) el estudio del uso de estrategias de argumentación en las prácticas jurídicas. Estos autores fundamentan sus investigaciones en la focalización del rol que cumple el auditorio como destinatario de los argumentos expuestos. Pero en el caso de Toulmin, éste además introduce el concepto de **campo argumentativo** (se argumenta de modo diferente según sea el campo de conocimiento al que se pertenezca), ley de paso y restricción. En el campo de la lógica natural J.B. Grize (1982, 1996, 1999) también toma como referencia al auditorio pero, su posición se fija en que toda argumentación se construye en función de un sujeto como si fuera un proceso dialógico.

Perelman (1958) desarrolla también la noción de **fuerza argumentativa**. Este concepto tomado desde la perspectiva clásica (un argumento es más o menos fuerte según sea mayor o menor su aproximación a la verdad) cambia de punto de vista en este autor, que considera que la **fuerza argumentativa** depende del auditorio. La consideración de **fuerza argumentativa** varía en Anscombe y Ducrot (1983) que si bien la retoman de Perelman (1958), la consideran como parte integrante o elemento básico de la argumentación, fuerza incidente en la orientación argumentativa que responde a la intencionalidad del argumentador.

---

<sup>19</sup> Esta práctica discursiva, se origina en el siglo V a.C., en Grecia, con los filósofos sofistas como Empédocles de Agrigento, Corax, Tisias y otros. La aplicación e implementación de sus mecanismos y estrategias adquiere gran relevancia en la época de Aristoteles. Sus estudios retóricos aún tienen vigencia en la actualidad. También la utilizaba en el derecho romano, Quintiliano.

M.J. Cuenca (1995) estudia los diferentes mecanismos y estrategias que inciden en el proceso argumentativo. Esta investigadora observa dicho proceso desde el punto de vista de su estructura retórica y lógica (confrontación de argumentos y contraargumentos para llegar a una conclusión) y de su dialogismo (relación dialéctica entre emisor y receptor). Los estudios de Cuenca orientan a nuestra investigación porque nos permiten profundizar en el uso de mecanismos y estrategias argumentativas, previamente a encarar el tema de la constitución de situaciones argumentativas como las concibe Ch. Plantín (1998), es decir como oposición discursiva, en la que se plantea en principio un problema en forma de interrogante o cuestión que dará lugar al encadenamiento argumentativo.

### **1.3 Constitución del corpus: su plan de análisis**

Configuramos nuestro *corpus* desde una perspectiva diacrónica sobre la base de un material discursivo producido por varios locutores que representan una posición ideológica homogénea respecto de la informática y el periodismo, y que, por lo general, han utilizado los mismos tipos de textos-fuente. La recopilación del material de estudio que constituye el *corpus* de nuestra investigación abarca un período de siete años de publicaciones semanales, desde que apareciera por primera vez el Suplemento Clarín INFORMÁTICA, en junio de 1997 hasta los últimos ejemplares correspondientes al año 2006.

La constitución de un *corpus* discursivo de tanta extensión ofrece numerosas dificultades para su análisis. Por eso, debemos aclarar que si bien el discurso de divulgación, tema de nuestra tesis, aparece en noticias correspondientes a otras secciones del Suplemento, nosotros analizamos únicamente aquellas denominadas genéricamente como temas de tapa. Y, de ellas, seleccionamos las correspondientes a tres períodos claves para el desarrollo de la Informática. Debemos tomar en cuenta, además que las notas o temas de tapa surgen de un contexto histórico, social, cultural singular que incide en su situación de enunciación. En otro orden, dicha restricción también obedece a la necesidad de homogeneizar ciertas condiciones de nuestro trabajo a los efectos de producir resultados comparables entre las distintas épocas tratadas. Los años escogidos son: 1997, 1999 y 2002.

1997. Seleccionamos este año para el análisis de las notas o temas de tapa porque éstas como noticias periodísticas son representativas no sólo del discurso de divulgación en tecnología informática, sino también del modelo estándar seguido en ese tiempo por los periodistas especializados. Dicho modelo nos fue de gran utilidad para la aplicación de los conceptos teóricos sobre macroestructuras sostenidos por Teun Van Dijk. Este modelo presenta notas de considerable extensión, uso abundante de paratextos, profusión de secuencias explicativas, importante y cuantiosa presentación de fotografías e iconografías, etc.

Desde un punto de vista sociohistórico elegimos este año porque en el mes de junio se publicó por primera vez el Suplemento Clarín INFORMÁTICA. Hasta esta fecha ningún medio periodístico del país había publicado un Suplemento sobre este campo de conocimiento. El nacimiento de Clarín-INFORMÁTICA responderá, según sus editores, a la necesidad de los argentinos de tener mayor conocimiento sobre el universo de las computadoras e Internet<sup>20</sup>.

El editor-jefe del Suplemento Julio Orione (2002), opina que éste se convirtió semana a semana, en el principal acompañante de quién quería comprar una computadora, un *módem* para conectarse a Internet, una impresora o cualquier otro producto informático o, de quién, habiéndolos adquirido, deseaba informarse más sobre su funcionamiento.

También seleccionamos este año porque se difunde en el país Internet, la red virtual y, si bien en sus comienzos únicamente tienen acceso a ella expertos en el tema,

---

<sup>20</sup> En la actualidad es posible comunicarse con amigos lejanos, efectuar transacciones bancarias, adquirir desde un automóvil, los productos de limpieza de la casa, hacer compras en el supermercado, reservar pasajes aéreos para cualquier destino turístico, obtener un libro sin movilizarse del lugar en que la persona se encuentra. Solo hace falta una línea telefónica, un ordenador y la conexión a Internet.

El sistema de Internet surgió de la combinación entre estrategias militares y aplicaciones tecnológicas. Su origen radica en el intento del gobierno de Estados Unidos para comunicar entre sí los diversos bancos de datos del país en una red nacional de alta velocidad con propósitos militares y también académicos. De esta unión nace a fines de la década del 60 ARPANET, una red experimental de información científica y militar a través de la utilización de la radio y el satélite que vinculaba todos aquellos centros de investigación que colaboraban con el Departamento de Defensa estadounidense. El primer nodo de ARPANET se estableció en 1969 en la Universidad de California en Los Ángeles y se añadieron otros seis entre 1970 a 1971 de otras universidades o institutos. Aunque el objetivo inicial fue eminentemente militar, el ámbito de difusión resultó ser el académico; lo que influyó significativamente en el desarrollo posterior. El propósito de las investigaciones estaba dirigido a construir redes que pudieran soportar fallas parciales (como las producidas por bombardeos o posibles ataques nucleares) y que a pesar de ellas, continuaran comunicándose. Instituciones académicas de otros países se unieron a este proyecto financiadas por fondos federales estadounidenses y pronto comenzó a establecerse un entramado global de conexión. (D'Adamo, García B., Freidemberg, 2000)

en muy corto lapso la frecuentan usuarios no expertos. El material periodístico del Suplemento sirve a esos usuarios para acceder al conocimiento informático de manera accesible tanto por su terminología como por la oferta de precios que ofrece.

Por otra parte, no debemos olvidar que 1997 es designado internacionalmente como el año de las telecomunicaciones y en esto tiene mucho que ver Internet. Tan es así que algunos tecnólogos prefieren hablar del año de Internet por esta avasalladora presencia de la red de redes que constituye el fenómeno tecnológico de mayor impacto social en la actualidad.

En 1997, un incesante desfile tecnológico afecta a la sociedad: satélites, telefonía celular, cablemódem, televisión directa al hogar y videoconferencias son “los protagonistas absolutos del año tecnológico en el mundo”(Orione, 1997:5). Las nuevas tecnologías no inciden únicamente en el nivel técnico, sino que lo hacen también en otros niveles, por ejemplo, en el económico-financiero. En este sentido, éste es un año clave en fusiones, ampliaciones y crecimiento de las empresas dedicadas a la computación. Ámbito inexplorado que, al decir, de los expertos se lo conoce a medida que va creciendo. Desde este punto de vista el mundo digital aún constituye un campo de conocimiento escasamente estudiado. Por ejemplo, la velocidad del conocimiento sobre los cambios tecnológicos es muy lenta frente a la velocidad de la incidencia que ellos tienen en el mundo económico-financiero con las denominadas autopistas de la información. Estas autopistas se encargan del traslado, a la velocidad de la luz, de bits carentes de peso. Mientras muchas empresas industriales tienen temor a un futuro digitalizado “ese futuro es impulsado, casi en un 100%, por la posibilidad de brindar los productos o servicios de cada una de esas empresas en forma digital”(Negroponte, 1999:20).

En este contexto, las autopistas de la información constituyen el sistema nervioso de la economía y, en términos más generales, de la sociedad futura. Gracias a estas redes pueden transmitirse “miríadas” de textos (mensajes comerciales, periódicos, correos, cursos de formación, catálogos, notas técnicas, etc.), de imágenes (películas, imágenes médicas, gráficos, etc.), y de mensajes sonoros (voz, música, etc.) registrados y combinados en bases de datos, sirviendo así para múltiples funciones con aplicaciones diversas (ocio, enseñanza, atención médica, turismo, etc.).

Desde la perspectiva empresarial, este fenómeno se manifiesta como la convergencia de empresas y sectores de diferente índole que hasta el momento habían

actuado en forma separada, por ejemplo, las empresas de telecomunicaciones, las informáticas y las de contenido. Destacamos que dentro de las telecomunicaciones convergen prácticas o actividades de voz, datos e imágenes.

Hasta hace muy poco los usuarios se relacionaban con proveedores de diferentes ámbitos, mediante las autopistas de la información se tiende a eliminar la diferencia de sectores y actividades y se persigue como finalidad la convergencia de todos ellos, en lo que se ha dado en llamar el negocio de las multimedia, donde confluyen las áreas de telecomunicaciones, informática y medios de comunicación (producción de contenidos), constituyendo un mercado nuevo con gran potencial en el futuro (Linares, Ortiz Chaparro, 1995).

Por otra parte, debemos destacar que también en 1997 se cumplió el cincuentagésimo aniversario del transistor, inventado el 23 de diciembre de 1947, “elemento técnico crucial” para el desarrollo de la Informática.<sup>21</sup> En los cincuenta años transcurridos, la tecnología ha avanzado desde las inmensas computadoras con válvulas, como **Clementina**<sup>22</sup>, la siempre recordada máquina que destruyeron enmascaradas manos anónimas en la Facultad de Ingeniería de la Universidad de Buenos Aires, en 1966, durante la Noche de los Bastones Largos, hasta miniaturizaciones que parecieran de ciencia ficción (la microelectrónica y la nanotecnología (todavía están en sus comienzos)<sup>23</sup>. Además 1997 inaugura el mundo del ciberespacio, nuevo mundo virtual, en el que se reproducen los hechos y los dichos de numerosas vidas humanas pero,

---

<sup>21</sup> Brittain y Bardeen (científicos norteamericanos) y Schockley (de origen británico) son los inventores de los transistores que reemplazaron a las válvulas utilizadas hasta entonces en las radios y aparatos electrónicos.

<sup>22</sup> Clementina, fue la primera computadora con fines científicos y académicos adquirida por la UBA en 1961, provenía de Inglaterra y su nombre de origen era Mercury II. A pedido de Manuel Sadovsky, científico y creador del Instituto del Cálculo de la Facultad de Ciencias Exactas de dicha universidad, Bernardo Houssay, presidente del CONICET, con un crédito de 300.000 dólares otorgado a la entidad y después de una licitación pública a la que se presentaron empresas como IBM, Sperry Run, Philco y Ferranti (esta última ganadora), la compró. Llegó al puerto de Buenos Aires el 24 de noviembre de 1960 y después de meses de ajustes logro utilizarse. Difiera totalmente de las computadoras actuales porque medía 18 metros de largo, funcionaba gracias a cinco mil válvulas de vidrio y tenía una memoria de núcleos magnéticos de 5K, es decir, unas cincuenta mil veces menos que una computadora hogareña. (Correa, 2005)

<sup>23</sup> La microelectrónica es la tecnología que nos permite fabricar cosas en la escala del micrón. Un micrón es una millonésima parte de un metro. Esta escala se utiliza para construir dispositivos como memorias, circuitos lógicos y computacionales.

La nanotecnología se basa en el uso del nanómetro, éste marca el límite de reducción a que podemos llegar cuando hablamos de objetos materiales. Esta medida se obtiene si se toma un micrón y se lo divide en mil partes. Es una milésima de una millonésima de metro (mil millonésima de metros). (Carletti, 2006)

también es el hito demarcatorio que establece un antes y un después del *bit*<sup>24</sup> para muchas personas que se constituyen en usuarios o por el contrario, en analfabetos de la nueva era informática. Con la expansión de esta nueva tecnología y su imposición cada día más relevante en todo tipo de empresas e instituciones públicas y privadas, las personas que desconocen el uso de la computadora y los beneficios o ventajas que esta aporta, tienden a convertirse en analfabetos futuros porque no podrán participar activamente en las distintas prácticas y campos de conocimiento (Negroponte, 1999). Con el uso del *microchip*<sup>25</sup>, en la última década, la Informática se incorporó a muchas actividades y/o prácticas sociales. Desde 1994 dicho dispositivo “forma parte ineludible de conexiones a redes, entre las que, obviamente, se destaca Internet” (Orione, 1997:5).

Internet y la comunicación electrónica prometen posibilidades sin fin en los campos real y virtual, objetivo aceptable porque una de las finalidades de la tecnología es expandir los horizontes de contacto y de interrelación entre seres humanos pero, como todo medio comunicacional, las computadoras e Internet conllevan una serie de ventajas y desventajas en su uso. Por los motivos señalados, el Suplemento Clarín INFORMÁTICA pretende transmitir información fehaciente sobre ellas y, también, como su nombre lo indica, sobre este novísimo campo de conocimiento.

Las notas de tapa analizadas de este año son las siguientes:

**24/9 Vía escáner y directo a la computadora**

**1/10 Las compu crecen**

**15/10 Web y televisión: el romance del siglo**

**24/12 1997: el año en que se inauguró la aldea global**

---

<sup>24</sup> El bit es la unidad más pequeña en la cadena de ADN de la información. Negroponte lo conceptualiza como el elemento atómico más pequeño de dicha cadena y dice de él que no tiene color, ni tamaño, ni peso y puede desplazarse a la velocidad de la luz. El bit describe el estado de algo: encendido o apagado, verdadero o falso, arriba o abajo, etc. Numéricamente se representa con un 1 o un 0. (Negroponte, 1999)

<sup>25</sup> El “chip” (inventado por Jack St. Clair Kilby, ingeniero egresado de la Universidad de Illinois) es un circuito integrado, dispositivo electrónico cuyos transistores, resistencias y condensadores se fabrican e interconectan en una pequeña pastilla de silicio, componente químico que está presente en la arena. Desde hace más de cuarenta años, el chip es utilizado para una gran cantidad de innovaciones tecnológicas, incorporándose de esta forma a diversas actividades o prácticas sociales. El uso de la radio, los cajeros automáticos, los teléfonos, los juegos electrónicos, los diversos artefactos del hogar y la mayoría de los utilizados en espacios públicos como control de luces, sonidos, funcionamiento de proyectores de distinta clase, pantallas de televisores, carteles luminosos, etc. Únicamente son posibles por el uso de este minúsculo dispositivo electrónico que pesa menos que una estampilla. (Artesa, 1999)

En la primera de ellas, titulada “Vía escáner y directo a la computadora”, el tema propuesto es el uso del escáner como complemento de la computadora. Por tal motivo, el enunciador informa a su coenunciador sobre los enormes beneficios que puede brindarle ese pequeño aparato y menciona además, los elementos imprescindibles para su correcta aplicación. El escáner posibilita innumerables usos de acuerdo a este artículo, puede servir como archivo personal, álbum de fotos familiar, fotocopiadora, fax, tablero de diseño virtual, etc.

No satisfecho con esto, el enunciador aconseja también sobre la importancia de conocer los distintos modelos, los *software* o programas, la velocidad, los factores que inciden en esta última (resolución, lector, conexión, modelo de computadora, dispositivos a medida, etc.). Finaliza citando los diferentes modelos de escáner, de acuerdo al espacio y uso que se le pretende dar.

En la segunda “Las compus crecen”, el tema es la potencia de las computadoras y los posibles cambios de la máquina. El locutor afirma, en un primer momento que los usuarios de computadoras fantasean con los distintos “chiches que algún día le pondrán a su equipo”. Aconseja al alocutario, “detenerse a pensar para qué la quiere y analizar detenidamente la ecuación costo-beneficio de los posibles cambios”. (Villafañe, 1997:2)

Informa a continuación cuáles son los elementos básicos de los que depende la potencia de un equipo (microprocesador, disco rígido y memoria RAM) y explica detalladamente la importancia de cada uno de ellos. Además, no satisfecho con esto, se explaya en el tema del monitor apropiado para el usuario que busca tener una buena imagen de la computadora. Finalmente explica la necesidad del módem para aquellos lectores que quieren conectarse con el ciberespacio y las diferentes marcas y beneficios que ofrece cada uno de estos dispositivos.

En la tercera, “Web y televisión: el romance del siglo”, el tema es la televisión interactiva. Los nuevos dispositivos que permiten navegar por Internet desde la pantalla del televisor, mediante una conexión telefónica hasta el descubrimiento de canales que se actualizan automáticamente son abordados en esta nota que abunda en ejemplos de informatización personalizada. Otros aspectos que el contenido de este artículo toma en cuenta son el desarrollo de nuevos programas y lenguajes que permitan mayor dinamismo y atracción de la red de redes, y también las referencias al desafío del “ancho de la banda” o velocidad necesaria para una comunicación más rápida. Por último, habla del problema suscitado por la lenta evolución del comercio electrónico.



La cuarta y última nota de esta primera etapa, “1997: el año en que se inauguró la aldea global” habla del significado que tiene en 1997 la concreción comunicativa mediante Internet en un mundo globalizado. El enunciador alude a los beneficios que ofrece la red para integrar al usuario acercándolo al mundo tecnológico mediante el uso de los navegadores y el correo electrónico. No olvida mencionar a la PC hogareña que se convirtiera en un verdadero centro de comunicaciones. Destaca, además, los continuos logros obtenidos en el campo de la informática interactiva durante el año que finaliza.

1999. Optamos por este año y lo relacionamos en el análisis de las notas de tapa con el proceso de la enunciación porque estas notas exhiben con mayor nitidez el juego de las voces enunciativas. Asimismo muestran las vinculaciones existentes entre el espacio privado (computadora – hogar) y el espacio público (computadora – red o ruta virtual).

El 15 de Julio de 1998 la empresa *Microsoft* de Bill Gates coloca en el mercado tecnológico argentino, un nuevo sistema operativo, denominado *Windows 98*. Los representantes de dicha empresa pretenden convencer a los futuros usuarios que el *Windows 98*, no sólo es más estable que el *Windows 95*, sino que es la infraestructura necesaria para todo lo que vendrá a futuro en materia de computación.

Si con el primer *Windows* inauguraron las ventanas en el ámbito de las computadoras personales y con el *Windows 95* lograron modificar para siempre la interfase entre la PC y el usuario, la gente de Redmond apostó esta vez todas las fichas a Internet.

Los usuarios de *Windows 98* –que se venderá en los Estados Unidos a 89 dólares- se encontrarán con la red de computadoras más grande del mundo. Por ejemplo:

- Todo navegable (...)
- Actualización constante (...)
- Todo es Internet (...)
- Discado fácil (...) (Braginski, 1998:5).

La aparición de este sistema operativo, moviliza en la Argentina, como lo hiciese en otras partes del mundo, el mercado informático. Ingresan a él innumerables utilitarios y dispositivos nuevos masificándose el uso de la computadora. El público cambia sus antiguas PC por otras que incorporen el nuevo sistema y en caso de no

poseerlas, trata de adquirirlas por medo de planes de créditos, ofrecidos por muchos de los comercios que venden productos informáticos.

El nuevo modelo que propone numerosos beneficios permite integrarse a una red virtual y operar desde el hogar, de allí la creación de los teletrabajos u oficinas en casa. Pero, además, *Windows 98* promete transformar la PC en un poderoso centro de entretenimientos: por ejemplo, la PC nos acerca el cine ya que pueden verse en ella películas de tiempo completo, de gran resolución y contenido interactivo; los usuarios pueden incorporar cualquier dispositivo a ésta como cámaras digitales, escáner, sintonizadores de televisión, tarjetas para juegos, etc. También este sistema permite manejar simultáneamente hasta ocho monitores; además de producir gráficos digitales y sonidos tridimensionales, por tales razones, los que lo poseen pueden aprovechar al máximo la capacidad multimedia, tanto de audio como video.

En Junio de 1999, el Suplemento Informática cumplió su segundo aniversario, convirtiéndose para muchos lectores en una costumbre semanal, en dónde encontrar la mejor información, la más actualizada. Este suplemento que se edita paralelamente a manuales opcionales (Informática 1 y 2, Internet, Multimedia Plus, etc.), no se limita a artículos referentes a la computadora, abarca todo lo que ésta proyecta en cualquier ámbito de la actividad humana. De allí que encare “paseos virtuales”, “exploraciones por Internet”, entrevistas con personajes del deporte, la cultura, el espectáculo siempre conectados con la tecnología digital (Orione, 1998).

Para nuestro *corpus* elegimos el año 1999 porque desde el mes de abril se produce la versión *on line* del Suplemento denominado Informática 2.0, pero que está dirigido especialmente a lectores avezados en el universo del *software* y la programación. En cada edición de Informática 2.0 también se incluye la nota de tapa y la columna de opinión del suplemento impreso. La versión digital tuvo una gran recepción entre los interesados en el mundo informático ya que en los dos primeros meses frecuentaron el sitio más de siete mil visitantes. Pero, tampoco debemos ignorar que desde la salida del Suplemento de Informática, la edición de Clarín de los días miércoles pasó de vender cuatrocientos sesenta mil ejemplares a quinientos treinta mil, es decir un promedio de setenta mil más tomando como fecha límite: el mes de Junio de 1999 (Orione, 1998).

El fenómeno de Internet sigue presente en la mayoría de los artículos del Suplemento, porque desde el punto de vista de su equipo de producción la red

transforma a los participantes, al tiempo, al espacio y a las relaciones entre las personas involucradas; modifica el modo de hablar, de consumir, de acceder a la información y cambia hasta el modo de pensar. Genera dichos cambios tanto en la opinión pública como en el espacio privado. En la opinión pública podemos detectar cuatro transformaciones:

- 1º Internet ha colaborado en la transformación del público desde la posición de sujeto-receptor a la de sujeto receptor-emisor;
- 2º La red de redes ha despertado una nueva manera de consumir en los usuarios, lo que se ha denominado la telecompra;
- 3º Internet facilita la homogeneización de los hábitos de consumo a través de la superación de las barreras culturales y del predominio de una determinada cultura sobre las demás;
- 4º La red ha transformado los modos de producir de las personas. (J'Adamo, García Beaudoux y Freidenberg, 2000)

Estas transformaciones pueden apreciarse en los artículos de divulgación que seleccionamos de 1999, como así también puede observarse la accesibilidad del lenguaje utilizado “sin términos crípticos ni tecnicismos innecesarios” (Orione, 1999:3).

Los títulos de 1999 son:

- 12/5 La entrada a la Web por la puerta grande.**
- 4/8 La autopista virtual, cada vez más rápida.**
- 11/9 La compu del 2000 más veloz y divertida.**
- 8/9 El DVD trae a casa la magia del cine.**

En la primera nota, “La entrada a la Web por la puerta grande”, el tema textual es el conocimiento de los portales para navegar por el ciberespacio. El enunciador informa al enunciatario, identificado con el cibernauta de los distintos portales y sus correspondientes áreas de servicios. No olvida mencionar los requisitos imprescindibles para elegir un portal (velocidad de acceso y un servicio de e-mail confiable).

En la segunda, “La autopista virtual, cada vez más rápida”, trata el tema del servicio de cable módem que permite conectarse a Internet utilizando la red de cableado que proveen las cadenas de televisión por cable. La velocidad es muy superior a la que ofrece la línea telefónica, un veintiséis por ciento más que ésta. Como en otras notas

anteriores no explica únicamente las ventajas de este uso de tecnología sino que también aclara los requisitos o elementos necesarios para el servicio. Hace referencia a las empresas que lo ofrecen y cita los beneficios de la conexión a cada uno de éstos, como así también de aquellos servicios que aún están en etapa de prueba. Adelanta las nuevas formas que se implementarán a partir del 2000 para acceder a Internet, como ejemplo, indica el servicio de televisión vía satélite.

En el tercer tema de tapa “La compu del 2000 más veloz y divertida” el locutor habla de la integración de la computadora como elemento vital en el mundo del hombre tanto para su trabajo como para su educación, su comunicación o su entretenimiento. Dice que esta integración sólo puede llevarse a cabo mediante el incremento de la velocidad de los microprocesadores como así también con la aplicación de nuevas tecnologías.

El último tema de tapa seleccionado para 1999 es “El DVD trae a casa la magia del cine”. Como en muchas de las notas publicadas durante este año, el entretenimiento es el protagonista y merece toda la atención dentro del mundo digital. Así lo hace notar el enunciador de este texto: **“Las luces se apagan y se enciende la compu: la función está por comenzar. De la mano de DVD, toda la magia del cine irrumpe en los hogares. En los videoclubs argentinos ya se alquilan y venden más de 3000 títulos de todo el mundo”**. (Bellucci, 1999:2)

Como en otras notas, después de introducir el tema explica la finalidad del Disco Versátil Digital, comúnmente denominado DVD, su forma de uso, los elementos necesarios para su conexión, consejos para la posible compra, etc.

**2002.** Escogimos las notas de tapa correspondientes a este año para realizar el análisis discursivo en su proceso de argumentación porque tuvimos en cuenta que dicho proceso argumentativo no debe dissociarse en ningún momento del funcionamiento global del discurso.

Después de los sucesos políticos-económicos y sociales acaecidos durante los últimos días del año 2001, muchos argentinos como única solución para construir el futuro recorrieron el camino hacia Ezeiza, otros optaron por enfrentar los días de espanto que se avecinaban y extremaron sus capacidades y posibilidades, aceptando el desafío que se les imponía en el país. Sin permanecer ajenos a la realidad que vivía la

Argentina, trataron de buscar una solución o un emprendimiento en el territorio nacional, algunos lo hicieron en el ámbito de la Informática. Ejemplo de estos últimos son los casos de Sebastián Betz que convierte sencillos videos caseros en películas profesionales, o el de Carlos Pallotti, responsable de la Cámara de *Software* y Servicios Informáticos (CESSI), representante de un grupo de empresarios argentinos empeñados en hacer circular *software* hechos en el país y, además, exportarlos al extranjero aprovechando la ventaja de precios que otorga la devaluación y, también, por la caída de las ventas en el mercado interno<sup>26</sup>.

El Suplemento Informática no permanece inmune a los vaivenes de la política argentina y sufre como los demás medios comunicacionales los avatares del descontrol económico y social. Bajan las ventas y, también, la cantidad de páginas en el Suplemento. Las notas de tapa registran los sucesos y se hacen eco de las dificultades por las que atraviesan sus lectores. Además, nuevas pautas periodísticas influyen sobre la diagramación y los textos, advirtiéndose mayor cantidad de imágenes y gran despliegue de estrategias persuasivas dirigidas al destinatario con el objeto de que éste consuma el bien o servicio divulgado. Los textos escogidos son:

- 30/1 Los datos no cesan de viajar entre las computadoras.**
- 6/3 Cambia la imagen de tu compu sin pagar tanto.**
- 10/4 La trama secreta que explica como vincular todas tus PC.**
- 21/8 Cómo encarar el desafío de recargar los cartuchos.**

El primer artículo de este año titulado “Los datos no cesan de viajar entre las computadoras” explica dos métodos de traspaso de información desde una PC a otra, uno es mediante la red que puede ser con o sin cables, el otro es la conexión directa por cable. La transferencia de datos puede realizarse entre una computadora de escritorio y una *notebook*, entre una de éstas y un dispositivo de mano como las *palmtops*, o entre éstas y una modesta agenda electrónica. El tema de tapa implica asimismo formas de trasvasamiento de datos, velocidades de transferencia, posibilidades de interacción, puertos, precios y unidades de almacenamiento.

La segunda nota seleccionada “Cambia la imagen de tu compu sin pagar tanto” apela al lector como usuario tecnológico que debe reducirse desde el punto de vista

---

<sup>26</sup> Véase Mónica García (2002c) y Agustina Fuentes (2002).

económico. Recomendaciones para el cuidado o la compra de los monitores y explicaciones sobre sus distintos usos. Precios y modelos que más convienen a los bolsillos actuales. Necesidad de complementar con una placa de video aquellos monitores pertenecientes a modelos antiguos de computadoras, son algunos de los subtemas que divulga.

En “La trama secreta que explica como vincular todas tus PC”, el enunciador introduce el tema diciendo que la tendencia mundial indica que cada vez habrá más redes de computadoras montadas en los hogares y que la Argentina, pese a la crisis que está viviendo no es ajena a esta movida que permite conectar varias computadoras entre sí, con la finalidad de compartir recursos como impresoras, accesos a Internet, etc. (Milla, 2002)

El tema de la situación económica se menciona en varios de los párrafos del texto que explica, paso por paso, cómo las computadoras pueden vincularse a través de cables de red, del par telefónico o mediante ondas de radio. Como en casos anteriores se hace hincapié en los elementos necesarios para establecer la conexión, los costos para armar la red, tipos de redes y usos. Este texto se acompaña con una infografía que muestra pequeñas maquetas del armado de distintos tipos de redes.

El último artículo de 2002 se refiere a “Cómo encarar el desafío de recargar los cartuchos”. Después de la devaluación, los insumos para la impresora que siempre tuvieron un precio elevado se volvieron inalcanzables, por tal motivo surgieron una gran cantidad de recicladores de cartuchos establecidos en casas de computación, librerías, locutorios, quioscos, etc. El enunciador se ubica en el lugar del usuario neófito, temeroso de arruinar su impresora y que no conoce dónde reciclar su cartucho o dónde comprar uno alternativo. Explica al enunciatario las distintas opciones y, además, en un apartado del texto titulado “Consejos útiles”, le informa todo lo que debe conocer sobre este mercado tan nuevo en nuestro país.

Analizamos nuestro *corpus* desde dos puntos de vista interrelacionados. Por una parte, examinamos la materialidad discursiva seleccionada y tomamos en cuenta el nivel **semántico-textual** que nos permite abordar las macroestructuras de las notas de tapa y algunas transformaciones de las microestructuras. Para esto aplicamos las **macroreglas** indicadas por Van Dijk (1978) que otorgan coherencia y cohesión a la estructura textual. Además, centramos dicho análisis en la relación existente entre tópicos y elementos paratextuales gráficos, es decir, imágenes, infografías, fotografías, etc. Por otra parte,

completamos este análisis desde la problemática de la **enunciación** y revisamos las microestructuras discursivas con el objeto de apreciar el juego interactivo de enunciador-enunciatario que permite reconocer las huellas o marcas de sus condiciones de producción. Categorizamos, además, el discurso tratado enmarcándolo en un **género** y **registro** específicos porque tanto uno como el otro, nos permiten aclarar las diferencias funcionales de los textos, basándolas en motivaciones contextuales. (Eggins y Martín, 2000)

En los discursos de divulgación científica y tecnológica observamos que las diferencias existentes son producto no sólo de motivaciones contextuales sino también de pertinencia. La noción de pertinencia establecida por Verón (2004) provoca en el receptor del mensaje transmitido “eventuales conductas de compra propia o de sus allegados”, es decir de las personas en cuya compra puede influir.

El “posible usuario” (tantas veces mencionado en los temas de tapa) como destinatario del mensaje transmitido, no recibe únicamente la información pertinente sobre el tema tratado sino que sufre la presión persuasiva ejercida por parte del enunciador en la explicación de dicha información mediante una **argumentación** encubierta. El hablante transmite conjuntamente con su explicación, la orientación para la compra y la fuerza argumentativa que ejerce el locutor sobre el alocutario para impulsarlo a la adquisición del producto.

En el discurso que nos ocupa, notamos que las condiciones de producción parecieran apuntar a desarrollar un discurso explicativo de segundo grado dependiente de un discurso-fuente, o tecnológico. Discurso, a cargo de un enunciador objetivo y neutral, en tercera persona, que explica las “bondades” del producto, bien o servicio a un destinatario sin conocimiento o con escasos conocimientos sobre él. Sin embargo, nada más lejos de esto, si bien el enunciatario es lego o no experto, es también un posible usuario o cliente de los productos, bienes o servicios que sirven de referentes. Como receptor del mensaje, no acepta únicamente la explicación pertinente sobre el contenido de él sino que puede modificar o transformar su conducta porque el enunciador argumentativamente provoca o induce en él un desvío de su actitud que lo conduce al consumo o compra. ¿Cómo actúa el enunciador para que esta desviación de la conducta del destinatario se produzca? Aquí, como en el discurso publicitario, introducimos la noción de pertinencia señalada por Verón (2004). Un mensaje es pertinente cuando la lectura que de él hace el receptor asocia el mensaje, directa o

indirectamente, a eventuales conductas de compra propias o de sus allegados, es decir de las personas en cuya conducta de compra puede influir. En los textos tratados analizamos esta noción de pertinencia mediante las estrategias y mecanismos argumentativos que posibilitan el desvío de la conducta y la asociación del mensaje con la adquisición de los productos o servicios.

#### **1.4 A modo de conclusión**

Reconocemos, mediante la lectura de los diversos apartados que configuran este capítulo, no sólo las bases o pilares sobre las que construimos nuestras hipótesis de trabajo sino también el marco teórico que la fundamentan. Autores como Bajtín, Benveniste, Eggins y Martín, Maingueneau, Van Dijk, Verón, entre otros, avalan nuestra investigación. La aplicación de sus teorías nos permitió reconocer en el análisis del entramado textual de los temas de tapa los rasgos o variables propios que caracterizan el discurso de divulgación en tecnología informática como práctica discursiva de aquellos que lo determinan genéricamente.

No debemos olvidar que este discurso circula socialmente en nuestro país desde hace muy poco tiempo, escasamente una década. Además como discurso de segundo grado se origina en informes técnicos y entrevistas a profesionales del campo informático y se representa en la prensa gráfica, enmarcado en el género discursivo de la noticia, específicamente - en el suplemento seleccionado como soporte discursivo de nuestro *corpus* - como nota o tema de tapa, distinguiéndose por su contenido temático, estilo verbal y composición y estructuras propias.

En este capítulo también tratamos diversas aclaraciones pertinentes sobre las condiciones de producción y armado del *corpus* y adelantamos suscintamente subtemas como géneros y registros, macroestructura, enunciación y recorridos argumentativos. Por último, nos referimos a la constitución del *corpus* y su plan de análisis.



## Capítulo 2 – La divulgación científica – tecnológica como práctica discursiva.

### 2.1 El proceso de divulgación y la sociedad.

La palabra escrita es quizá el más viejo sistema (después de la palabra hablada, claro está) que ha conocido la comunidad científica para divulgar y promover sus ideas. Dentro de este contexto, podemos encontrar escritos maravillosos como el Sidereus Nuncius de Galileo donde, además de comunicar sus conocimientos astronómicos, plasma con gran emotividad sus sentimientos al llevar a cabo los descubrimientos que narra. Por otro lado, aún en el monstruo intelectual de los *Philosophiae Naturalis Principia Mathematica* de Newton, podemos encontrar la misma emotividad y lenguaje coloquial que caracteriza a la obra de Galileo.

Es al estudiar estos escritos científicos del pasado que resulta bastante triste el observar que la mayoría de los escritos científicos actuales se encuentran tan recargados de un chocante vocabulario hermético y esotérico, donde sólo los iniciados (y eso habría que comprobarlo) pueden acceder al conocimiento encerrado en dichos escritos. Así, no sólo la ciencia se ha hecho más complicada en sus conceptos, sino también en su lenguaje. (Martínez y Aguilera Ontiveros 1997:92)<sup>27</sup>

Todo escrito científico y/o tecnológico posee una base teleonómica, es decir tiene un propósito y un fin. Este fin puede tener diferentes motivaciones (comunicar descubrimientos, ideas, logros del investigador) o, simplemente, informar al lector. De allí la importancia que adquiere el proceso de divulgación.

El circuito comunicativo entre campos de investigación científica y/o tecnológica y la sociedad se produce mediante el uso de dos canales de transmisión de conocimientos: los sistemas formales educativos y, el contacto, a veces superficial, de los medios de comunicación masiva. Asimismo, los especialistas en estos ámbitos del conocimiento utilizan estos canales de información para dar a conocer sus hipótesis de trabajo, desarrollo de investigaciones, nuevos descubrimientos, etc. "...podríamos rastrear la existencia histórica de textos en los que el científico explora un terreno virgen

---

<sup>27</sup> En el artículo titulado "Antecesoros ilustres de la divulgación científica", Manuel Calvo Hernando habla de un autor del siglo XVIII, Bernard Le Bouvier de Fontanelle (1657-1757), quien fuera el más reconocido divulgador científico de su época aunque no sea demasiado conocido en la actualidad por el lector medio. Montesquieu lo consideraba como el más elevado espíritu de su siglo; Voltaire decía de él que "estaba por encima de todos los sabios que no tienen el don de la invención", Valery opinaba que era "el mejor prosista del siglo XVIII" y Condorcet consideraba que era uno de esos hombres que "ponen su gloria en destruir los errores populares".

En sus *Entretiens sur la pluralité des mondes* de 1686, traducido al castellano como « Conversaciones sobre la pluralidad de los mundos, con introducción y edición de Beltrán Marí, en 1982, Fontanelle se refiere a dos importantes temas científicos: el sistema heliocéntrico de Copérnico y su desarrollo en la teoría cartesiana de los torbellinos, y el de la pluralidad de los mundos habitados. En el prefacio de esta obra, este divulgador dice, de acuerdo a la traducción de Marcel Roche, "he querido hablar de la ciencia en una forma que no fuera científica; he tratado de llevarla a un punto que no fuera demasiado árida para la gente común, ni demasiado superficial para los sabios". (Beltrán Marí, 1982)

y desarrolla sus ideas en privado (equipos de investigación, protocolos de laboratorios, diarios, etc.); los presenta por primera vez al público (artículos de revistas especializadas) y los defiende y fundamenta (revisiones, críticas y debates) hasta conseguir el consenso de la comunidad”. (Cassany, López y Martí, 2000:76)

La difusión de los conocimientos especializados en la sociedad, actúa como valor organizador de los campos de la ciencia y la tecnología en un doble sentido; por una parte, posibilita a los científicos y tecnólogos compartir los logros obtenidos con sus pares y por otra, permite la autocorrección a partir de observaciones y críticas sobre el trabajo realizado. Además, la divulgación masiva de las investigaciones legitima el saber en la comunidad. Sumado a esto, la necesidad de dar una información correcta, fehaciente y eficaz sobre el proceso de Investigación y Desarrollo (ID), coadyuva a una concientización social del hombre común sobre la importancia que adquieren día a día estas esferas del quehacer humano. (Calvo Hernando, 1997)

La reformulación de los escritos científicos y tecnológicos con el objeto de explicar los conceptos de estas disciplinas a un público no experto, es relativamente nueva. Antiguamente y hasta el siglo XVII inclusive, las publicaciones científicas y de divulgación no se diferenciaban entre sí. Con el surgimiento del método científico que establece los grandes cambios en la concepción de la ciencia y el desarrollo de importantísimas investigaciones experimentales se establece una serie de paradigmas científicos que determinan un conjunto de ideas básicas para el desarrollo de las distintas disciplinas en este campo de conocimiento. Tanto los paradigmas como el conjunto de ideas, eran compartidas exclusivamente por los científicos y/o tecnólogos. Este hecho incide en la separación entre los textos de ciencia y tecnología con los denominados de divulgación científica-tecnológica, ya que los primeros dejan de ser comprensibles para las personas no expertas. (Martínez Aguilera Ontiveros, 1997)<sup>28</sup>

---

<sup>28</sup> Una curiosa anécdota citada por Jon Franklin (1998) en su artículo “El fin del periodismo científico”, nos permite apreciar en el ámbito social este distanciamiento o separación que se produce entre ambos grupos de textos. “C.P. Snow, un físico británico que había colaborado en la construcción de la bomba y que más tarde participó en tareas burocráticas sobre armamento durante la guerra fría, y que también era escritor (y bastante bueno, por cierto). Como escritor se veía obligado a asistir a numerosos cócteles académicos. Este tipo de reuniones atraían a miembros de universidades tanto de ciencias como de humanidades. Muchos de ustedes recordarán los cócteles como eventos de un nivel de aburrimiento difícilmente superable. Snow, preso de este tedio, se entretenía observando a sus compañeros de fiesta. Y observó algo bastante raro: los científicos y los humanistas tenían una marcada tendencia a separarse. Se reunían en grupos separados, como ovejas de un mismo rebaño. No era que ambos grupos se odiaran, pero tenían poco que compartir. Tanto el lenguaje que utilizaban como sus intereses eran completamente diferentes [...]”

Esta división que observó Snow se iría haciendo cada vez más pronunciada durante el resto del siglo. Nuestra cultura se está separando en dos partes, los científicos y el resto del mundo. La mayoría de las

A partir de la Segunda Guerra Mundial, la ciencia y la tecnología ganaron espacio en las páginas de los periódicos europeos y americanos. “Desde la fascinación inicial del público por lo desconocido, pasando por el temor que incitó la guerra fría y el hastío posterior, el periodista científico, como traductor de la ciencia, ha ido transformando su forma de comunicar”. (Franklin, 1998) Hecho necesario porque para muchos integrantes de la comunidad científica y tecnológica únicamente los científicos y tecnólogos son capaces de descifrar los escritos a ellos dirigidos (Kuhn, 1971) y es que, el nivel de lengua que utilizan, sólo puede ser comprendido por aquellos que emplean similar terminología, ya que su característica principal es la escasez de elementos “contextualizadores” explícitos. (Velásquez y Alboukrek, 1992)<sup>29</sup>

El divulgador científico-tecnológico escribe en un lenguaje general pero, al mismo tiempo utiliza elementos contextualizadores. Lo hace fuera del contexto de los paradigmas científicos y tecnológicos pero, al unísono, habla o se refiere a esos paradigmas<sup>30</sup>. En este nivel, lo verbal y metafórico tiene muchísima importancia. Ejemplo de esto, son las descripciones metafóricas, viables en los textos de divulgación y representativas de la subjetividad lingüística en oposición con aquellas descripciones cuantitativas, propias de los textos científicos. (Ciapuscio, 1999)

La divulgación científica y tecnológica expande sus dominios después de la Primera y Segunda Revolución Industrial. Éstas se constituyen en marco de grandes cambios sociales por la importancia de los inventos e innovaciones que se producen en dicha época. La denominada segunda revolución industrial elevó la actividad científica al dominio de la política de Estado. Nada más alejado de la realidad que la imagen tradicional del sabio solitario, que debido a su propio esfuerzo, a su tesón y sus cualidades personales excepcionales aportaba grandes avances al conocimiento (Galileo Galilei, Charles Darwin y Albert Einstein, entre otros). La ciencia y la técnica contemporáneas, por el contrario, debido a la democratización del saber científico, se caracterizan precisamente por el anonimato de las instituciones y los grupos de investigación o de producción del saber. La ciencia ya no tiene nombre y apellido, o tiene tantos que se ha vuelto anónima.

---

personas eran tecnológicamente ignorantes. Y el grupo de los que poseían el conocimiento se dividía en una élite cada vez más aristocrática que ostentaba el poder mediante la posesión del conocimiento”. (Franklin, 1998)

<sup>29</sup> Con este término los autores designan todo aquello que sitúa explícitamente un contenido determinado dentro de una estructura general.

<sup>30</sup> “Los científicos [interpretan] el mundo como teorías y hechos, observación y predicción, significación estadística y probabilidad. El resto del mundo [valora] la experiencia en términos de razón y moralidad, derecho y justicia, milagros y hechos”. (Franklin, 1998)

Líneas específicas de investigación científica pura o aplicada se convirtieron en este período en el eje de políticas de promoción del desarrollo científico y tecnológico por parte de los Estados y las grandes industrias. En la medida en que la competitividad y el comercio dependían no tanto del volumen de producción como cada vez más de la innovación, el desarrollo científico – tecnológico se erigió en sinónimo y motor del desarrollo económico. Esta asociación de factores trajo implicada una verdadera explosión informativa. (Barona, 2001)

La práctica de divulgación que hasta el siglo XVIII dependió de los científicos se multiplicó a través de periódicos, semanarios y revistas. La prensa de la época no sólo informa sobre eventos científicos y técnicos, como por ejemplo megaexposiciones de inventos, viajes de científicos y tecnólogos a otros países para interactuar sobre temas de sus especialidades sino que también sirve de intermediaria para comunicar descubrimientos, procesos de investigación y desarrollo y, resultados de esos procesos.

Durante el siglo XX esta práctica divulgativa es campo de acción de los periodistas especializados quienes buscan despertar el interés de los lectores con la publicación de noticias sobre estos temas. A comienzos de dicho siglo, la prensa popular difundió las principales aplicaciones del conocimiento científico e imprimió a los artículos un tono sensacionalista. Con el ingreso de Waldemar Kaempfert a New York Times, en 1927, la divulgación científica y tecnológica resulta favorecida porque Kaempfert (ingeniero de profesión) conjuntamente con otros especialistas le confiere a esta práctica rigurosidad y precisión en su terminología sin por ello, descuidar la explicación amena de los hechos y el uso de un lenguaje accesible para el público lego. (León, 2000).

Actualmente, la mayoría de los periodistas científicos la consideran imprescindible para el desarrollo cultural de los pueblos. Periodistas científicos como Alboukrek (1971), Ordoñez Andrade (1992), García Noblejas (1996), Calvo Hernando (1997), Nombela (1999) sostienen que tanto los avances como los hallazgos, experimentos, investigaciones y preocupaciones científicas y tecnológicas deben ser dadas a conocer por los investigadores ya que constituyen parte fundamental de la cultura. “Algunos llegan a entrever una antropología de la difusión cultural, de la que la divulgación sólo sería uno de sus componentes”. (Calvo Hernando, 1997:40)

Aunque se considera a la divulgación científica y tecnológica como imprescindible en el momento de dar a conocer dichos conocimientos a la sociedad, no

por este motivo, cumple **siempre** debidamente su propósito<sup>31</sup>. El principal objetivo que debe tomar en cuenta el divulgador es que tanto la ciencia como la tecnología constituyen procesos y no acciones aisladas por lo que nunca pueden ser difundidas únicamente como resultados sin conexión ni referencia al contexto que les diera origen. Frecuentemente, el divulgador olvida esto y comunica solamente los resultados obtenidos sin alusión al proceso correspondiente. Este hecho obstaculiza una focalización integral de las investigaciones pertinentes y actúa en desmedro de los requisitos de rigor, relevancia del sujeto y control del conocimiento, requisitos que le confieren a la divulgación su carácter de imprescindible. (Sánchez López, 2000)

Para los especialistas de la divulgación clásica la función principal de ésta consistía en informar sobre el hecho científico como se informaría sobre cualquier otro hecho público. Vista desde esta focalización la divulgación no tendría como finalidad transmitir conocimientos al público no experto sino que su meta fundamental sería específicamente periodística<sup>32</sup>. Sin embargo, esta posición impide la aproximación entre los objetivos del divulgador y del científico. (Roqueplo, 1983)<sup>33</sup>

En el siglo XXI, la ciencia y la tecnología tienen una presencia día a día más relevante en la sociedad, es por esta causa que la divulgación científica y tecnológica posee, cada vez más, especial importancia como dispositivo de comunicación que acerca al público común la extrema complejidad de los lenguajes especializados<sup>34</sup>.

---

<sup>31</sup> “Los científicos siempre se han quejado de que no se les entiende y se les malinterpreta. Y estoy de acuerdo. Pero pensemos también en el periodista, como un individuo que se sitúa en medio, atrapado en el proceso de distorsión, luchando apasionadamente por conseguir una mayor precisión en un tema, sobre, por ejemplo, ovnis o la fusión fría. No éramos periodistas científicos sino escritores científicos, y nuestro trabajo consistía en la interpretación. Los escritores científicos aprendíamos cómo se hacían las salchichas y trabajábamos inmersos en el sistema para comunicarlo con mayor claridad y precisión, sino con mayor veracidad. Pero la distorsión empezaba tan pronto como la pieza salía de nuestras manos. Mejor dicho, la distorsión empezaba en el mismo momento en que concebíamos el artículo, puesto que establecíamos nuestro enfoque de modo que nuestros directores estuvieran contentos...” (Franklin, 1998:4)

<sup>32</sup> “Por entonces se suponía que el periodista científico tenía que ser un traductor, y a menudo se le calificaba como tal. Bueno, una de las cosas que hacen los traductores es hacer innecesario que tengamos que aprender el lenguaje de otros. También existe otro peligro. Como sabrán los que hayan participado alguna vez en una negociación internacional, el traductor siempre corre el riesgo de convertirse en el negociador de facto. Creo que los que escribíamos sobre ciencia hacíamos exactamente eso. Suavizábamos la dura imagen de la ciencia y escondíamos ese aspecto de su carácter que yo llamo brillante y que otros llaman arrogancia. Les ayudábamos a tratar con la política, y en el proceso de todo ello nos convertíamos en acólitos de una sociedad con un grave problema de personalidad desdoblada”. (Franklin, 1998:9)

<sup>33</sup> La divulgación no puede construirse como una práctica de transcodificación o traducción de un lenguaje a otro como opinan algunos investigadores y periodistas científicos tradicionales porque es un proceso complejo que implica una reelaboración creativa en todos los niveles lingüísticos. La posición de Roqueplo (1983) la sostienen otros autores, por ejemplo Ciapuscio (2000).

<sup>34</sup> Daniel Jacobi (1987) considera que el término **divulgar** referido al discurso tratado, implica en primer lugar que la ciencia se construye en un lenguaje hermético y distinto que es necesario de algún modo

El mayor reto al que se enfrentan estos campos de conocimiento es la falta de comunicación no sólo con el público en general sino también entre los integrantes de dichas comunidades ya sea a nivel interno como externo. Este escollo sólo será superado cuando exista una verdadera divulgación y pueda fomentarse un debate inteligente sobre las cuestiones acerca de las que los ciudadanos han de decidir, directa o indirectamente. (García – Noblejas, 1996)<sup>35</sup>

Por otra parte, el desconocimiento, por parte de la población, de temas específicos de ciencia y tecnología puede afectar también al funcionamiento de las estructuras políticas sobre las que se asienta la sociedad. Esta función política de la divulgación es relevante en la sociedad actual porque en ella ambas disciplinas poseen una presencia cada vez más notoria en la vida de los habitantes sobre todo en los países de mayor desarrollo económico, científico y tecnológico. (León, 2000)<sup>36</sup>

La comunicación pública de la ciencia es una **necesidad** que se admite comúnmente pero, quizá no se tiene una información eficaz que conduzca a una conciencia social sobre cuatro puntos básicos:

- En primer lugar, la importancia de la dimensión utópica tanto de la ciencia y la tecnología porque lo que son deseos inalcanzables de los seres humanos en un momento, se convierten en realidades factibles mediante el esfuerzo científico y técnico.
- En segundo lugar, la ciencia y la tecnología expanden los límites de sus conocimientos y es propio del ser humano el deseo de dar cuenta de sí y de su entorno.
- En tercer lugar, porque la ciencia y la tecnología contribuyen al bienestar de los seres humanos. Los hombres no pueden ni deben ignorar esta verdad. Saberla es “una exigencia indescontable de la racionalidad humana. Es casi una obviedad”. (Nombela, 1999:86)

---

decodificar y en segundo lugar, la necesidad de un intermediario, de un actor que conoce el lenguaje inicial y puede traducirlo al lenguaje general o corriente.

<sup>35</sup> En Argentina, la divulgación de ciencia y tecnología, como práctica comunicativa en la sociedad, obtuvo importante impulso después del regreso a la democracia en 1983, ya que en la época de la dictadura militar las actividades de estos campos del conocimiento no tuvieron difusión social. Con el restablecimiento de los gobiernos democráticos surgieron importantísimas iniciativas públicas y privadas cuya finalidad consistía en el acercamiento de las comunidades científicas y tecnológicas al hombre común. Una de estas iniciativas fue la creación del Centro de Divulgación Científica (CYT), con sede en la Fundación Campomar. Su finalidad era informar a la sociedad en su conjunto de los avances y resultados de la investigación científica nacional e internacional. El Centro tuvo carácter experimental y ofrecía un servicio gratuito de noticias científicas.

<sup>36</sup> Uno de los condicionantes que influye en el tratamiento informativo de las noticias científicas y tecnológicas es el contexto político y social. Los estudios aparentemente más rigurosos pueden haber sido objeto de manipulación. (Colombo, 1997)

- Por último, el progreso científico, como toda realidad, puede ser bien o mal usado por el hombre. Una información que sea profesional y cuidadosamente transmitida a la sociedad conlleva la concientización de los peligros que implica un empleo deficiente de estos campos de conocimiento. Esta utilización indebida responde no a la ciencia y tecnología propiamente dichas sino a la falta de responsabilidad ética de científicos y tecnólogos.

La difusión de los conocimientos especializados en la sociedad favorece y estimula la curiosidad sobre estos saberes y sus procesos de desarrollo. Además permite la integración de múltiples disciplinas y oficios, contribuye de esta forma a descubrir vocaciones científicas o tecnológicas y, por otra parte, propicia una relación más humana con el científico porque erradica mitos y abre caminos hacia la participación del progreso cultural. (Alboukrek, 1991).

En nuestra opinión, los objetivos que guían a unos y otros investigadores sobre la práctica de la divulgación científica y tecnológica en la sociedad son encomiables y consideramos que **todos** son absolutamente aceptables y lógicamente defendibles. Sin embargo, pensamos que sería conveniente sintetizarlos de la siguiente manera: primero, transmitir información fehaciente sobre los procesos del conocimiento científico y tecnológico y sus respectivos resultados de investigaciones y desarrollo. Segundo, advertir a la población sobre los riesgos inherentes a dichos procesos y resultados, además prevenirles sobre el poder que estos saberes otorgan a quienes gobiernan estados y empresas privadas<sup>37</sup>.

## **2.2 Precisiones sobre el concepto de divulgación y sus rasgos textuales relevantes.**

Bajo la designación de divulgación científica y tecnológica como práctica discursiva se agrupa una amplia variedad de discursos con características muy

---

<sup>37</sup> Calvo Hernando (1997) considera que es necesario desarrollar una política de comunicación científica y tecnológica porque en una sociedad, cada vez más dependiente de estos saberes es imprescindible contar con una información "honrada, crítica y exhaustiva" sobre estos campos de conocimientos. Una política científica-tecnológica debe basarse, ante todo, en una política de comunicación científica y tecnológica, sobre todo si se toma en cuenta que son los políticos quienes deciden el presupuesto para la investigación y desarrollo (I+D) y estos conocimientos están vinculados con las economías nacional y regional. Por lo tanto, la información sobre ciencia y tecnología tiene extraordinaria relevancia en las sociedades contemporáneas.

diferenciadas respecto de contenido y estilo pero, similares en cuanto a las representaciones del divulgador, del lector y del soporte discursivo<sup>38</sup>.

La práctica divulgativa, si bien tiene una trayectoria de importancia es una temática de investigación lingüística relativamente nueva que ofrece facetas de gran interés para su estudio<sup>39</sup>. Entendemos por ésta y, como una primera aproximación a su concepto, el conjunto de producciones orales, audiovisuales y escritas de contenido científico y/o tecnológico, destinado a un público no especializado en tales conocimientos. (Léon, 2000) Nosotros ubicamos esta práctica entre los discursos explicativos o con predominancia de secuencias de esta índole. Reconocemos que su configuración responde al encuentro de dos formas discursivas (un discurso primero o fuente y un discurso segundo o meta) y tres elementos básicos que componen el segundo discurso: un emisor (periodista o equipo periodístico especializado en el campo de conocimiento), un receptor (persona que busca información sobre dicha temática pero que desea que ésta sea de fácil acceso y comprensión) y un soporte discursivo (revista, suplemento, sección de periódico o diario). (Zamudio y Atorresi, 2000)

La traslación de los discursos científico y tecnológico al nuevo discurso reviste altos índices de riesgo porque los periodistas tienden a simplificar o sensacionalizar los resultados de inventos o innovaciones. Extrapolar los discursos **fuentes** significa simplificar, generalizar, masificar y recontextualizar la producción periodística, sin tomar en cuenta muchas veces los controles de precaución y calidad inexistentes en los medios de comunicación. (De Samir, 2000)

Denominamos discurso de divulgación científica y tecnológica a un discurso meta o segundo discurso que explica a un público no experto en un lenguaje accesible, desprovisto de tecnicismos o con abundantes aclaraciones sobre sus significados, un

---

<sup>38</sup> El enfoque semiolingüístico no se sitúa en el posicionamiento de aquellas teorías que sostienen que la comunicación es producto de un emisor "ideal" que se dirige a un receptor también "ideal", es decir, que se define fuera del acto mismo del lenguaje. "No se trata de una descripción donde se elimina el campo semántico-pragmático para privilegiar el estudio de marcas, independientemente de su contexto y limitadas al ámbito de la frase, concepción de la comunicación que restringe la significación en aras de una supuesta transparencia de la enunciación. (Charaudeau, (1983), citado por Berruecos, (2000)) El análisis semiolingüístico del discurso no se interesa únicamente en el sujeto individual, sino también en el sujeto colectivo, testigo de un contexto histórico y social. En este análisis el discurso es visto como una práctica social que construye representaciones mediante una serie de procedimientos lingüísticos y/o estrategias discursivas. (Berruecos, 2000)

<sup>39</sup> El interés que posee la divulgación científica y tecnológica para las comunidades propulsoras de dichos saberes consiste en desarrollar la concientización en el público no experto de que el desarrollo cultural de la sociedad sólo puede llevarse a cabo si ésta participa activamente en la difusión de los avances, hallazgos, experimentos, investigaciones, o sus resultados.



discurso fuente o anterior, discurso propio de la ciencia y/o tecnología que circula en el marco de una comunidad experta en dichos conocimientos. (Zamudio y Atorresi, 2000)

En tanto que el discurso fuente o discurso científico y/o tecnológico se presenta como un discurso que da a conocer un “saber hacer”, es decir, que enuncia un conocimiento no sólo de contenidos sino también operacional, el discurso-meta o de divulgación informa sobre un saber previamente construido por la ciencia y la tecnología, aunque para darlo a conocer tenga que reconstruirle los rasgos textuales relevantes. (Carrascal, 1988) Estos, entre otros, son:

- El uso de un lenguaje accesible que permite al público no experto comprender ciertos conocimientos propios de campos especializados.
- La transmisión de información obtenida y seleccionada a partir de un texto científico que, en el discurso de divulgación elude tecnicismos y detalles relacionados con la investigación original y, en caso de presentarlos, se acompañan de una explicación o descripción.
- Imprecisión terminológica mediante el uso de expresiones indefinidas.
- La presencia de elementos “contextualizadores” explícitos que no aparecen en el texto- fuente.
- Inclusión de marcadores textuales típicos: “es decir”, “o sea”, “en otras palabras”, etc.
- El uso de ciertos indicadores metadiscursivos como entrecomillados, subrayados, cursivas, negritas, paréntesis y expresiones como las siguientes: “me refiero a”, “como diría”, etc.
- La utilización de secuencias explicativas con una finalidad pedagógica (ejemplificaciones, comparaciones, metáforas, personificaciones).

### **2.3 Inscripción de esta práctica discursiva en las condiciones actuales del mercado de información**

El reclamo de Jeremy Bentham a la ciencia de su época sobre la necesidad de que ésta produjera beneficios para la sociedad y rompiera su aislamiento, se ve ampliamente compensado en los Siglo XX y XXI puesto que la expansión científica-tecnológica alcanza ritmos inusitados aunque haya diferentes tasas de crecimiento entre las distintas disciplinas que corresponden a dichos campos. Este crecimiento dispar responde a las problemáticas socio-económicas y políticas de los diversos países. La explosión y discontinuidad que se advierte en las diferentes ciencias y tecnologías,

también se nota en las publicaciones científicas y tecnológicas. La explicación de este fenómeno debe buscarse en dos factores que lo determinan, la vitalidad interna de las disciplinas y su contexto. En el primer caso, responde a la capacidad de cada campo de conocimiento y sus respectivas disciplinas para generar nuevas investigaciones. En el segundo, las sociedades en las que operan dichas ciencias y tecnologías son marcos adecuados o inadecuados para retroalimentar o para inhibir el proceso de investigación tanto científico como tecnológico. (Steward 1987)<sup>40</sup> Estos factores deben ser tomados en cuenta, en el momento de analizar la inmensa cantidad de publicaciones divulgativas que circulan en los Siglos XX y XXI, ya que de éstas y de las condiciones inherentes al mercado informativo depende la permanencia o no de una revista, suplemento o periódico de especialidad.

En el marco espacio-temporal del siglo XXI, la divulgación científica-tecnológica enfrenta varios problemas, a saber: 1° la ciencia y la tecnología, aunque son el resultado de trescientos años de crecimiento exponencial, muestran en las últimas décadas un desarrollo explosivo que dificulta la actividad del divulgador en el momento de seleccionar el material a publicar; 2° cada campo científico y/o tecnológico construye un preciso y minucioso sistema conceptual que se representa mediante la combinación de denominaciones verbales (símbolos, fórmulas, códigos numéricos, etc.); 3° la brecha que separa los países desarrollados de aquellos que no lo son, influye negativamente a la hora de dar a conocer el resultado de investigaciones sobre nuevos descubrimientos o inventos. Sumado a esto se debe tener en cuenta que, en muchos casos, existe un impedimento legal que reserva el derecho de este conocimiento a través de licencias y/o patentes; y 4° también debe considerarse el hecho de que en muy pocos países las revistas y periódicos especializados poseen una recepción masiva que los favorezca

---

<sup>40</sup> En 1963, Derek de Solla Price publica una investigación sobre el crecimiento exponencial de la ciencia en su libro "Little Science, Big Science". Solla Price basa sus estudios en la evidencia empírica estadística, evidencia que se obtiene de muchos indicadores numéricos de los diferentes campos de conocimientos científicos y de rasgos relevantes de la ciencia. Estos indicadores permiten apreciar la congruencia y regularidad del crecimiento científico a partir de la observación de un determinado campo científico en un período determinado. Este crecimiento es de tipo exponencial, o sea que la ciencia crece a interés compuesto, multiplicándose por una cantidad fija en iguales períodos.

Para demostrar su hipótesis Solla Price, examina entre otras variables las revistas científicas, a partir de la aparición en 1665 de la **Philosophical transactions of the Royal Society**, y llega a la conclusión que si el tiempo de duplicación de las publicaciones o membresías es de quince años, el número de repeticiones crece con un factor proporcional de 100 (cien) cada siglo, de manera que por cada periódico o revista publicada en 1665, hay un orden de 100 (cien) en 1765, 10.000 (diez mil) en 1865 y 1.000.000 (un millón) en 1965. Si esa curva continuara llegaría un momento en que se produzca una línea de saturación. Si bien la teoría de crecimiento exponencial de Solla Price proporciona un parámetro aclaratorio sobre la expansión científica, se debe tomar en cuenta globalmente, porque hay tasas de crecimiento notoriamente diferentes entre las distintas ciencias y también, en los distintos países comparados en su estudio.

comercialmente. En la mayoría de los casos, éstos se editan con suscripciones de un público reducido numéricamente.

Por último, la divulgación incluye una proposición variable de representaciones que dependen del público al cual se dirija. Si el público es experto se observa menor frecuencia de representaciones, por ejemplo, en revistas de divulgación publicadas por instituciones científicas y tecnológicas. Por el contrario, si no lo es, la homogeneidad dará paso a la heterogeneidad y será mayor la frecuencia de representaciones, como por ejemplo, revistas comerciales de divulgación o revistas de información general. (Berruecos, 2000)

Por otra parte, las condiciones actuales del mercado de información influyen en la redistribución de los temas científicos y tecnológicos como de otros, no sólo entre los diferentes medios sino también en el interior de cada uno en particular. Con la competencia feroz de los medios audiovisuales sobre la prensa escrita, ésta ha debido reorganizarse tanto en la estructura espacial como en la cantidad de información publicada en cada ejemplar. Como consecuencia de este proceso de reorganización, las publicaciones de la información general que, anteriormente, aparecían semanal, quincenal o mensualmente, en la actualidad irrumpen con sus noticias a través de diversos suplementos en los diarios de información general. Inclusive, estos diarios constriñen cada vez más el espacio correspondiente a las publicaciones especializadas, exceptuándose el caso de las noticias económicas o deportivas.

Paralelamente, los diarios de información general incrementan la cantidad de noticias y la variedad de temas debido a la articulación de sistema de comunicación en la mayoría de los países, lo que posibilita la información al instante y de cualquier lugar del planeta. Este hecho difunde el conocimiento de toda la producción intelectual no sólo de los sucesos políticos y económicos. Por lo tanto, “se produce” una industrialización de los contenidos en el doble sentido de la palabra territorial y temática. (Pérez Oliva, 2000)

En este contexto se inscribe el importante aumento, en nuestro país, de información científica-tecnológica en la prensa escrita que se enmarca en dos modalidades:

- La edición de suplementos de ciencia y tecnología;
- La inclusión de información científica y tecnológica en las páginas diarias.

## 2.4 La divulgación y los sistemas de acceso restringidos y abiertos

En las últimas décadas del siglo XX, el mundo contemporáneo asistió a un proceso de cambio que influyó en todos los niveles sociales: el uso de la computadora como instrumento o herramienta mediadora en el trabajo intelectual. Este hecho social plantea en la actualidad, sobre todo en las regiones de mayor desarrollo tecnológico, una verdadera revolución en el campo del conocimiento. Las computadoras, vistas hasta hace muy pocos años como objetos intimidatorios, se convierten día a día en un fenómeno masivo, ya que hay más de quinientos millones de computadoras en uso<sup>41</sup>.

La computadora personal, conocida con la sigla PC, revolucionó no sólo el mundo del conocimiento sino también el ámbito de la comunicación. La world wide web (WWW) es el paradigma o modelo de esta revolución. Con las llamadas autopistas de la información, tal es el caso de INTERNET, también se produjo un vuelco en la difusión de la información, tanto en forma particular como general. En épocas pasadas, en el contexto de la documentación clásica existía una serie de elementos intermedios entre el origen de la información y el receptor de ella. La labor de sistematización, normalización, normativización, disposición u ordenación, selección de descriptores y fabricación de productos, muchas veces impresos y otras veces, de acceso restringido a través de especialistas, cesa con el funcionamiento de estas redes abiertas e interactivas de transmisión.

Las nuevas formas de transmisión de información permiten usar la computadora u ordenador para una conexión directa, actualizada e inmediata que, accede sin ningún tipo de restricciones, a un amplísimo espectro de recepción o público masivo. Grandes volúmenes de informaciones y datos se transmiten a través de bases interrelacionadas cuyo diseño está abierto a las amplias posibilidades que ofrecen los multimedia.

Las posibilidades de divulgación del conocimiento científico – tecnológico se expanden y multiplican, desbordándose con el uso de estos sistemas abiertos. La información ofrece mayor accesibilidad a través de sistemas on line de base de datos,

---

<sup>41</sup> Para Bill Gates, presidente de Microsoft, “el futuro se encuentra en el ordenador personal que se implantará en todos los hogares, con la posibilidad de comunicarse con todo el mundo, e introducirse en los ámbitos de la empresa y la educación”. (Cela, 2000:4)

Por el contrario, Larry Ellison, presidente de la Oracle, la segunda empresa de software después de Microsoft, -y por lo tanto su principal rival- piensa que el ordenador es un aparato difícil de manejar que irá perdiendo importancia durante esta época “y será destituido por unas terminales muy simples y baratas, definitivamente no inteligentes, ya que la inteligencia estará en la red que suministra información y entretenimiento. Al residir la inteligencia en ésta y no en las terminales, aparte de ser ésta más barata, los usuarios tendrán la posibilidad de acceder a una gama más amplia de software”. (Terceiro, 1996:64)

archivos y bibliotecas interconectadas mundialmente. Además, las modalidades hipertextuales, de publicaciones digitales o electrónicas, de recursos interactivos permiten en todo momento al interesado estar al día con las nuevas informaciones.

Si bien la información que se transmite mediante el soporte papel, presenta mayores ventajas en cuanto a la durabilidad de los documentos y también accesibilidad a ellos, los nuevos sistemas favorecen la comunicación por la constante e inmediata actualización, densidad informativa y capacidad de búsqueda o interactividad. (Cela, 2000)

De todos los medios de comunicación, el que antes y mejor se ha integrado en las nuevas tecnologías y, concretamente, en la red ha sido la prensa escrita. No es de extrañar porque el proceso que actualmente se utiliza en la elaboración de un periódico es digital. Los diferentes textos que lo componen se escriben en computadoras; los periodistas envían sus reportajes por correo electrónico, las fotos se digitalizan y también se transmiten por cable y, hasta la paginación del periódico moderno se realiza mediante “sistemas de diseño asistidos por ordenador, que preparan la información para transferirla a una película o para grabarla directamente en planchas. Es decir, que toda la concepción y la elaboración del periódico es digital desde el principio hasta el final, en que la tinta se vierte sobre árboles muertos. Es aquí, al final del proceso, donde los bits se convierten en átomos”. (Negroponte, 1995:76)

Los divulgadores científicos y tecnológicos como periodistas especializados no están exentos de sufrir los cambios impuestos por el desarrollo de las industrias de las telecomunicaciones, así como la celeridad e implantación de las autopistas de información que lo conectan con la mayoría de los países. Como periodistas utilizan esas transformaciones desde dos puntos de vista, como usuarios y como productores. En el primer caso, porque aprovechan como usuarios los beneficios que les ofrecen estos sistemas abiertos de información y documentación; en el segundo, porque éstos les permiten “elaborar, procesar y contrastar fuentes” (Cela, 2000:14).

Consideramos que las ventajas establecidas por Cela (2000) sobre la red Internet ofrecida a los periodistas como usuarios a la hora de buscar y obtener información, pueden aplicarse también a las prácticas de los divulgadores científicos y tecnológicos, por ejemplo, y entre otras, la inmediatez de las conexiones con proveedores para buscar y obtener información; la posibilidad de conectarse con usuarios de todo el mundo y realizar entrevistas mediante el correo electrónico; el obtener información veraz en fuentes diversas; la libertad de expresión que brinda la red

facilita que dicha información no pase por el tamiz de la censura, además de obtenerla sin desplazarse físicamente del lugar del trabajo.

Las desventajas, también señaladas por Cela (2000) son, en primer lugar, la necesidad de una selección del material discursivo por el gran caudal de información que brinda la red. Para que esta selección sea provechosa, el periodista debe ser especialista en la materia que aborda y, también en el uso de la red para aprovechar todo lo referente a esa materia. En segundo lugar, las entrevistas realizadas a especialistas mediante el correo electrónico, si bien poseen un proceso de elaboración más rápido y menos oneroso para las empresas porque se evita el desplazamiento, se pierde el contacto personal y profesional con él o los entrevistados. Por último, muchas veces la diversidad de fuentes consultadas atenta contra la fiabilidad de éstas.

Los periodistas especializados deben tomar en cuenta que mediante las autopistas de la información se difunden no sólo referencias a investigaciones científicas y/o tecnológicas, sino también innumerables publicaciones periódicas y, también, periódicos de soporte electrónico. Tanto en unas como en otras aparecen servicios de información, de venta, de empresas, organismos públicos, comercio, turismo, datos estadísticos e informaciones científicas.

Los periodistas se enfrentan a un triple reto: la comprensión de procesos tecnológicos en sí mismos complejos, su posterior divulgación al gran público y, finalmente, su uso correcto. En la medida que pueden resolver estos obstáculos de forma positiva su mensaje final contendrá las cuotas de calidad que una audiencia cada vez más ilustrada demanda. (García Casanovas, 1995)

En este contexto el reto electrónico provoca en el periodismo un retorno a la normativa de los géneros como base "imprescindible" de diferenciación entre la práctica periodística como profesión frente a la simple acumulación de datos obtenidos mediante redes de difusión. El periodista no es un mero transmisor de datos porque las redes son las encargadas de su suministro. Con la observancia de los géneros discursivos, legitima y dignifica su profesionalismo. Asimismo elabora, recrea y configura el material discursivo obtenido mediante dichos datos. (Martínez Albertos, 1995)

## 2.5 El periodista en la sociedad del conocimiento y el científico o tecnólogo en la sociedad de la información

En el contexto de la sociedad del siglo XXI, debemos tomar en cuenta y determinar con precisión los roles que cumplen tanto el periodista como el científico y el tecnólogo, porque ninguno de ellos es igual al otro en su profesión u oficio.

La sociedad del presente siglo es una sociedad caótica, alienada, marcada por el vértigo que le imprime la desmesura o gigantismo de los descubrimientos científicos e invenciones tecnológicas, deslumbrada por las miniaturizaciones como en el caso de la electrónica y sus disciplinas recientes (microelectrónica y nanotecnología) o por las constantes transformaciones como la biotecnología. Sin embargo, a pesar de ser una sociedad del conocimiento, es también una sociedad del desempleo y la discriminación (ambos originados en el proceso de automatización), del analfabetismo, de la precariedad y el hambre para gran parte de la población mundial. Es, en el contexto de esta comunidad social, en dónde confluyen las prácticas de periodistas, científicos y tecnólogos<sup>42</sup>.

Los periodistas tradicionalmente son reconocidos como profesionales que preparan o presentan las noticias en los periódicos u otros medios de difusión y es en la divulgación de un hecho antes desconocido para el receptor y en el proceso de producción de esta información nueva donde radica la traslación del conocimiento protagonizada por el periodista, convertido en mediador entre el que sabe y el que no sabe.

Pero, ¿cómo se realiza esta práctica periodística en una sociedad que “impone una actualidad marcada por el predominio y el carácter estructurador que ejerce el propio conocimiento? Una sociedad en la que el saber [...] convierte al trabajador del saber en un capital no en un coste para el mundo económico [...]”? (De Samir, 2000:11)<sup>43</sup>

---

<sup>42</sup> La buena práctica periodística exige comprobar los datos, contrastar las versiones e indagar sobre los intereses que se dirimen en las informaciones que se transmiten. Pero, la buena práctica, exige, interrogarse, además, sobre los posibles efectos. Son muy excepcionales los casos en que la consideración de los posibles efectos pueda llevar a dejar de publicar una información. Pero, en cambio, valorar los efectos adecuadamente, sin duda, puede contribuir a modificar su presentación. (Pérez Oliva, 2001)

<sup>43</sup> Cada vez es mayor la influencia de la opinión pública en la determinación de la agenda política. Si tenemos en cuenta, que una agenda política es, sobre todo, un sistema de prioridades, los diferentes agentes sociales, estarán muy interesados en conformar una opinión pública favorable a sus intereses. Por otra parte, la opinión pública coincide cada vez más como un instrumento esencial en la defensa de las estrategias comerciales o profesionales. Por eso, las relaciones sufren el constante acoso de informaciones científicas y tecnológicas. (Pérez Oliva, 2001)

El conocimiento siempre representó un rol activo en todos los procesos sociales. Todas las formas de organización social, incluso en aquellas comunidades en que no existe el alfabeto, constituyen una representación cultural. ¿Cuál es la diferencia, entonces, entre este conocimiento y el conocimiento actual? La naturaleza del conocimiento y la capacidad que éste tiene de modelar y transformar la sociedad. (Ortega y Humanes, 2000)<sup>44</sup> En nuestras sociedades occidentales, desde el siglo XVII, reconocemos como conocimiento predominante el saber científico y, en menor medida, el tecnológico, aunque desde mediados del siglo pasado, ambos se reconocen como simétricos. El conocimiento científico y tecnológico. "...desde su configuración en el siglo XVII no ha hecho sino acrecentarse e impregnar cada vez más todas las demás esferas sociales. En tal sentido, hay que admitir que este tipo de conocimiento es el dominante y el que se convierte en elemento característico de cuantos procesos de cambio y de estructuración social se han dado y se siguen dando en nuestras sociedades". (De Samir, 2000:11)<sup>45</sup>

Por otra parte, el mundo mediático, hasta épocas recientes existía en función de ser parte de un sistema comunicativo y cultural. En la actualidad dicho mundo construye sus propias realidades, y las reconoce mediante códigos, imágenes y lenguaje también propios; incluso en él se establecen verdades que lo rigen. Por el sólo hecho de haber aparecido en un medio de comunicación de acuerdo a esta normativa se considera que se posee el conocimiento, "sin que realmente sea necesario que esto sea reflejo de una traslación, de una mediación del saber al no saber. Los medios ya no dan cuenta de una realidad sino que la construyen". (De Samir, 2000:11) Desde este punto de vista no sólo se revierte la posición tradicional de la comunicación como herramienta para la transmisión de un mensaje sino que, además, **la difusión se convierte en un objetivo en sí misma** sin que sea de relevancia el contenido que transmite. Ejemplo de esto

---

<sup>44</sup> La transmisión de conocimiento es de naturaleza muy distinta según dependa de la vía académica o de aquella correspondiente a los medios de comunicación. Este hecho incide en la difusión de las noticias divulgativas porque según sean los objetivos de los medios, estos darán preeminencia a la rigurosidad y credibilidad de la información científica y tecnológica, o a la espectacularidad de la noticia transmitida.

<sup>45</sup> La producción científica y tecnológica desde siempre posee una gran carga de credibilidad e interés para los medios de comunicación masiva, en función de los innumerables avances en estos campos de conocimiento. En la medida que dicha producción se rige por "procedimientos de validación objetivos, con un grado de consenso sobre los métodos muy superior a los de cualquier otra disciplina, el producto informativo resultante va acompañado casi siempre de un plus de credibilidad que no se da en otras informaciones. Por otra parte, la constante aceleración del conocimiento científico está permitiendo abordar cuestiones que llevan en sí mismas una enorme carga de interés. Algunos de los avances científicos [y tecnológicos] de los últimos años no sólo están dando respuesta satisfactoria a muchos problemas de importancia estratégica, sino que en algunos campos, como el de la investigación biomédica, están trastocando leyes de la naturaleza que se consideraban inmutables". (Pérez Oliva, 2001)



último, lo constituyen gran parte de los programas televisivos que persiguen la utopía del *rating*.

Los medios hablan de lo que habla el público y el público habla de lo que hablan los medios de comunicación es la consigna que rige el universo comunicativo. Este inacabable y paradójico círculo vicioso exhibe como nunca lo hiciera antes el mundo mediático, la cruda realidad de su trastienda, el vacío de los contenidos a transmitir y la necesidad de cubrir espacio y tiempo mediáticos con “inserciones que por encima de todo capten la atención del lector, oyente o televidente, que hurguen en sus emociones y que los hagan reincidentes y por ello cautivos de un determinado medio de comunicación”. (De Samir, 2000:12)

¿Cuál es la finalidad u objetivo de las noticias en nuestra época? El acrecentamiento de la audiencia, la captación del público ya sea este lector o televidente. La noticia, aún aquellas que abordan temas científicos, tecnológicos, económicos o políticos persigue como propósito el “enganche” de los lectores y telespectadores, la **noticia** en los últimos años se transformó en un producto comercial.

Pero, ¿qué sucede con las noticias del mundo científico y tecnológico? Los divulgadores especializados en ciencia y tecnología no son ajenos a este cambio de finalidad o propósito de los medios de comunicación. Como los otros periodistas reciben las presiones establecidas por los intereses del grupo editorial o las directivas de los responsables del **marketing** del medio en cuestión, sumado a aquellas establecidas por las instituciones o empresas en las que desarrollan sus trabajos los científicos y tecnólogos. Estas últimas, para ser tomadas en cuenta, han aprendido a establecer líneas estratégicas con el objetivo de verse reflejados en las noticias. Por los motivos señalados anteriormente, la noticia tanto científica como tecnológica que aparece en la prensa, sufre las modificaciones impuestas por la orientación interesada que afecta el trabajo del divulgador. Orientación que responde a la necesidad de colocar él o los productos en el mercado, aunque estos productos sean aplicaciones de descubrimientos científicos o invenciones tecnológicas. Los medios de comunicación actúan como intermediarios o canales de ventas<sup>46</sup>.

---

<sup>46</sup> Uno de los aspectos más preocupantes que afecta a la confiabilidad y legitimación de las fuentes informativas es la creciente dependencia de los investigadores respecto de la financiación privada. Incluso los que investigan en el ámbito de una institución académica pública dependen, cada vez más, de la financiación externa, que suele llevar asociada una serie de exigencias.

El mundo de las ciencias no es ajeno a este fenómeno, y también *utiliza* los medios de comunicación de masas, no sólo para *vender*- en todos los sentidos metafóricos, buenos y malos – sus descubrimientos y aplicaciones sino para canalizar sus propios intereses en un mundo global que ha sustituido *el pienso luego existo por el comunico para existir*. (De Samir, 2000:12)

El divulgador, muchas veces, debe hacerse eco de ideas preconcebidas, banales, convencionales, comunes, fomentadas por el actual modelo audio-visual aunque ellas no respondan rigurosamente al material científico o tecnológico que se transmite, únicamente por que estas ideas no plantean problemas de comprensibilidad para el receptor y no requieren descodificación cultural o intelectual. En este sentido, el divulgador se aleja de la posición científica y tecnológica rigiéndose por las exigencias y directivas del medio en el que predominan criterios de inmediatez, de espectacularidad y de falta de reflexión. (Bourdieu, 1996)

La situación de los científicos y tecnólogos tampoco es demasiado edificante porque tanto los procesos como los resultados de sus trabajos y aún la más simple de sus aseveraciones respecto de éstos se encuentran en permanente riesgo en la sociedad de la información<sup>47</sup>.

Sin duda la asimilación social de la ciencia y de la técnica plantea problemas complejos, pero claramente el principio de precaución y la consiguiente concepción de riesgo asumible que el mundo científico contempla y considera indisociable de la evolución y el avance científicos, es difícilmente extrapolable al mundo de la comunicación de masas, que con singular facilidad simplifica y sensacionaliza los interrogantes que la ciencia se plantea a diario, cuestionándose las certezas científicas de cada momentos. (De Samir, 2000: 18)

Por otra parte la **simplificación, generalización, masificación, y sobre todo la recontextualización de la información**, tanto científica como tecnológica padecen los avatares de su traslación desde la producción del conocimiento científico y/o tecnológico a la producción de la información periodística, si no se respetan los

---

<sup>47</sup> En la actualidad, muchas empresas, instituciones e incluso hasta particulares, acostumbran contratar servicios de comunicación cuyo principal objetivo es que sus clientes aparezcan en los medios. Estos servicios, de alto grado profesional, reformulan los textos básicos preparándolos en forma eficiente y mediática. De tal modo que los mensajes llegan a las redacciones prácticamente listos para su lectura y/o transmisión. Los medios con pocos recursos humanos no sólo no pueden comprobar la veracidad de la fuente sino que les resulta sumamente cómodo aceptar los textos listos para verterlos en el ordenador. (Pérez Oliva, 2001)

controles de calidad necesarios para la transmisión de estos conocimientos y que prácticamente los medios informativos no utilizan o desconocen<sup>48</sup>.

Si bien hay numerosos condicionantes que intervienen para convertir a la noticia en una mercancía y distancian las prácticas del divulgador como profesional de los medios de las actividades llevadas a cabo por científicos y tecnólogos, hay tres condicionantes básicos que, necesariamente, debemos tomar en cuenta cuando queremos establecer las prácticas de cada uno de ellos en la sociedad: los conceptos de veracidad y probabilidad; el tiempo respetado para cada actividad y los riesgos inherentes de la traslación de los conocimientos, de los que ya hemos hablado.

El primer condicionante guarda relación con el concepto de verdad sostenido por la ciencia y la tecnología, y la idea de probabilidad aceptada, muchas veces, como certeza por el denominado periodismo científico. Tanto los científicos como los tecnólogos avanzan en los procesos de investigación y desarrollo (ID) paso a paso, sin descuidar ningún aspecto de dichos procesos y, apoyan sus investigaciones, en el respaldo de conocimientos aportados por anteriores profundizaciones en las temáticas investigadas.

Las verdades de la ciencia son verdades relativas, sometidas permanentemente a análisis y validaciones, previa publicación de los resultados obtenidos y de la forma en que se ha llegado a ellos, en revista de referencias que ya han ejercido el debido control sobre lo publicado.

Son verdades a las que va asociada la incertidumbre pues en el tiempo científico evolucionan, se interpretan y se contestan continuamente y pueden llevar incluso a otras conclusiones que las inicialmente planteadas. Entonces, un científico siempre hablará de que... hoy aquí y con la información que en este momento tenemos, puede ser que... Todo esto al margen de los muchos condicionantes que marcan la evolución del conocimiento científico, en los que también se mezclan intereses que desvirtúan el propio discurso del mundo científico, como puede ocurrir en cualquier actividad humana. (Friedmann, Dunwoody y Rogers, 1999)

Por lo tanto, las verdades científicas son verdades relativas que evidentemente admiten aplicaciones prácticas, pero que pueden ser revisadas y reconsideradas con el paso del tiempo. Además, la ciencia avanza con resultados parciales que marcan direcciones y objetivos de investigación, pero no pueden ser extrapolados para una

---

<sup>48</sup> Tiwillie (1996) estudió los recursos de los grandes diarios que se editan en Londres para demostrar que la gran desproporción entre los efectivos disponibles para la comunicación científica y la inmensidad del campo para cubrir hacía imposible un auténtico periodismo de investigación científica.

aplicación inmediata. Las vías de investigación que ofrecen seguidas soluciones probables para distintos problemas, son innumerables y frecuentes, tal el caso del cáncer y del sida, de la aplicación de nuevas energías o combustibles que reemplacen o sustituyan a los ya conocidos, pero todas ellas no son nada más que eso, posibles soluciones futuras. Mientras que en la sociedad del conocimiento la probabilidad es una excelente referencia para continuar la investigación, en la sociedad de la información, la probabilidad no vende. El periodista requiere verdades absolutas no verdades probables, lo no taxativo no vende. Si una verdad no existe, el periodista presionado por su contexto mediático llega a fabricar esa certeza.

En cuanto al segundo condicionante, tampoco es igual, el *tempo* científico-tecnológico al periodístico. El tiempo que requieren las investigaciones científicas y tecnológicas no puede contarse en minutos o días, esto lo marca la relevancia del descubrimiento o invención. De allí que los científicos y tecnólogos demoren el período necesario para reflexionar, contrastar, profundizar y llegar a una conclusión, muchas veces de verdad relativa. Mientras que el “tempo” periodístico, en la actualidad, es el tiempo del impacto inmediato. El periodista tiene escaso margen temporal para elaborar, escribir y entregar su material discursivo. El lapso que transcurre desde la recolección de datos que genera la noticia hasta el momento de la transmisión, a veces, se mide en minutos o segundos. (De Samir, 2000)

## **2.6 A modo de conclusión**

En este capítulo nos propusimos desarrollar la divulgación científica-tecnológica como práctica discursiva. Por tal motivo, abordamos temas como la relación existente entre el proceso de divulgación y la sociedad. Dicho proceso de divulgación se realiza mediante un circuito comunicativo que se bifurca en dos canales de transmisión de conocimientos, por una parte, los sistemas formales educativos y, por otra, el contacto con los medios de comunicación masiva. Este segundo canal es el que difunde el discurso de divulgación científica y tecnológica, tema de nuestra tesis. Dicho discurso cronológicamente expande sus dominios después de la Primera y Segunda Revolución Industrial.

Si bien hasta el siglo XVIII, esta práctica era realizada por científicos y tecnólogos, en la actualidad la realizan periodistas especializados, quienes opinan que su práctica es importante para el progreso de los pueblos porque el conocimiento de

descubrimientos, inventos e innovaciones y sus correspondientes procesos constituyen una parte fundamental de la cultura.

La divulgación como práctica discursiva se caracteriza por constituirse como discurso meta que, desprovisto de tecnicismos o con muy poco uso de estos, explica a un público no experto discursos propios de la ciencia y la tecnología. Los discursos científico y tecnológico sirven como fuente de conocimiento y se diferencian del discurso tratado porque enuncian dichos conocimientos no sólo desde sus contenidos sino también desde sus operaciones, mientras que el discurso de divulgación, además de legitimar su saber en los anteriores, informa sobre ese saber previamente construido.

Las condiciones actuales del mercado de información influyen tanto en la prensa general como así también en la redistribución de temas científicos y tecnológicos, éstos aparecen publicados en nuestro país en las páginas de interés general en los diarios y en las de suplementos especializados. Sumado a esto el acceso a sistemas abiertos de información, no sólo expande y multiplica las posibilidades de divulgación del conocimiento científico y tecnológico sino que también colabora con una serie de ventajas para el trabajo del periodista especializado o divulgador (inmediatez y posibilidad de conexiones con usuarios de todo el mundo en la búsqueda y obtención de información, realización de entrevistas mediante el correo electrónico, evitando de esta manera el traslado del entrevistador, obtención de información veraz en fuentes de acceso diversas, acceso a información sin censura previa, entre otras). Pero, a su vez dificulta su trabajo con ciertas desventajas que el divulgador debe tomar en cuenta (abundancia de material discursivo no clasificado y dudoso, pérdida del contacto personal y profesional con los especialistas entrevistados, escasa fiabilidad de las fuentes consultadas).

En los últimos años, la noticia se transformó en un producto comercial y los periodistas especializados no son ajenos a este cambio en la finalidad que persiguen los medios de comunicación porque las empresas orientan interesadamente el trabajo del divulgador para colocar sus productos en el mercado. Los medios de comunicación actúan como intermediarios o canales de ventas y el divulgador debe tomar en cuenta este hecho para realizar su trabajo con seriedad e independencia.

### **Capítulo 3 - El tema de tapa como género discursivo**

#### **3. 1. La nota de divulgación científica-tecnológica como género discursivo**

Para profundizar en el estudio de la nota de divulgación científica-tecnológica como género discursivo, necesitamos remitirnos como lo indicáramos en el capítulo uno, a diferentes aportes teóricos. En primer lugar, a las consideraciones realizadas por Mijail Bajtin (1999) sobre el concepto de género; en segundo lugar, a las características definitorias y restrictivas que le asigna Maingueneau (1996); en tercer lugar, a los aportes de Van Dijk (1990) sobre la noticia periodística como género discursivo y, por último, a la teoría sobre género y registro desarrollada por Eggins y Martin, en el marco de la lingüística sistémica funcional.

La relación que establece Bajtin entre las prácticas o usos lingüísticos por una parte y la vida social, la ideología o visión del mundo y la historia, por otra, lo lleva a considerar el problema de los géneros discursivos, los estilos funcionales y la correspondencia entre ambos. El lenguaje participa en la vida a través de enunciados concretos que la realizan, así como la vida también participa del lenguaje mediante estos enunciados aludidos. Cada uno de ellos refleja no sólo las condiciones específicas y el objeto de estudio correspondiente a su temática sino que, además posee un estilo verbal propio, de acuerdo a la selección de recursos teóricos y gramaticales de la lengua, acompañados de rasgos distintivos de composición y estructura.

Los procedimientos lingüísticos y funcionales no son sino estilos genéricos de determinadas esferas de la actividad y comunicación humanas. Cada campo de conocimiento posee sus propios géneros que responden a las condiciones específicas de él. Por lo tanto, las restricciones temáticas, composicionales y estilísticas, además de la relativa estabilidad que poseen los géneros discursivos, son condicionantes para la existencia de éstos en un campo de conocimiento determinado. En este sentido, el intelectual ruso, insiste sobre el hecho de que los cambios históricos en los estilos de lengua se vinculan estrechamente con los géneros discursivos.

El aprendizaje de una lengua conlleva no sólo la adquisición de elementos gramaticales sino también el reconocimiento y uso de las formas genéricas, prácticas creadas o ligadas a estas esferas. De esto, depende la mayoría de las veces el mejor o peor desenvolvimiento en cada una de ellas.

Los géneros discursivos organizan nuestro discurso casi de la misma manera como lo hacen las formas gramaticales (sintácticas). Aprendemos a modelar nuestro discurso en forma genérica y, cuando escuchamos los discursos de los demás, adivinamos su género desde las primeras palabras; predecimos una cierta extensión (es decir, la extensión aproximada de la totalidad del discurso) así como una cierta estructura compositiva; prevemos el final, en resumen, desde el comienzo tenemos una totalidad del discurso, que recién se irá diferenciando más tarde, durante el proceso del mismo. (Bajtín, 1999:268)

El género establece los parámetros retóricos de un texto, determina no sólo su estructura sino también su vocabulario, sintaxis, maniobras argumentativas y recursos narrativos. Respecto del destinador y destinatario, el primero debe cumplir con las expectativas inherentes al desarrollo del género correspondiente, caso contrario puede producir una reacción negativa o adversa en los oyentes. O sea que la concepción del segundo subyace en todo género discursivo, por tal motivo el hablante debe tomar en cuenta siempre el punto de vista o la percepción del destinatario.

[...] hasta qué punto conoce la situación, si posee o no conocimientos específicos de la esfera comunicativa cultural, cuáles son sus opiniones o convicciones, cuáles sus prejuicios, cuáles son sus antipatías o simpatías; todo esto determinará la activa comprensión-respuesta con que él reaccionará al enunciado. Este tanteo determinará también el género del enunciado, la selección de procedimientos de estructuración y, finalmente, la selección de recursos lingüísticos, es decir, el estilo del enunciado. (Bajtín 1999:286)

Tradicionalmente, algunos teóricos consideraban los géneros discursivos como especies de “marcos” o formas estructurales a los que debían adecuarse determinados “contenidos”. La pragmática colaboró para que cambiase esta perspectiva al reconocer que se trataba de actividades con mayor o menor grado de ritualidad cuyo éxito y legitimidad dependía de su adecuación a determinadas reglas.

Dentro del Análisis del Discurso francés, Dominique Maingueneau (1999) distingue entre géneros discursivos (relacionados con una dimensión histórico socio-cultural) y tipos discursivos<sup>49</sup> (reservados a una dimensión estrictamente lingüística). Para este investigador, como formulamos en el capítulo uno, hay cinco restricciones definitorias de un género: el estatus respectivo de los enunciadorees y coenunciadores; las circunstancias de espacio y tiempo de enunciación; el soporte y los medios de difusión; los temas que pueden introducirse; y la longitud, el modo de organización, etc.

---

<sup>49</sup> La lingüística Textual prefiere hablar de clases y tipos discursivos. Confróntese Guiomar E. Ciapuscio (1994) *Tipos Textuales*. Enciclopedia Semiológica. Of. De Publicaciones, F.F. y L., U.B.A., p.25.

Teun A. Van Dijk (1990), por otra parte, al investigar la noticia en los medios de comunicación masiva, dice que esta noción puede aplicarse a:

1. Una nueva información sobre sucesos, objetos o personas;
2. Un programa tipo (de televisión o radio) en el cual se presenten ítems periodísticos;
3. Un ítem o informe periodístico, como por ejemplo un texto o discurso en la radio, en la televisión o en el diario, en el cual se ofrece una nueva información sobre sucesos recientes.

**El tema de tapa o nota de divulgación** (noticia del tercer tipo en la consideración de Van Dijk), podemos considerarlo como género discursivo porque es un dispositivo de comunicación sociohistóricamente constituido que responde a actividades específicas y ritualizadas configuradas temática, composicional y estilísticamente.

Indistintamente utilizamos **nota o nota de divulgación** para designar al **tema de tapa**.<sup>50</sup> Previamente a avocarnos a su análisis nos es necesario referirnos al contexto de su producción y, además, a ciertas consideraciones generales sobre este género discursivo. Esta nota como cualquier otro género discursivo no puede evadirse de su contexto de producción. Dicho contexto es el resultado de la negociación entre sus interlocutores. Esto implica que la secuencia episódica de la producción de una nota de divulgación comprenda los siguientes pasos: 1° los investigadores o responsables de un suceso científico o tecnológico nuevo (descubrimientos, invenciones, innovaciones, teorías, etc.) dan a conocer su trabajo en un foro especializado y reconocido (congreso, simposio, etc.). 2° El foro impone al o los autores del informe sus restricciones lingüísticas, genéricas, estilísticas, retóricas, etc. 3° Dicho foro, por otra parte, se preocupa de difundir dichos informes en los medios de comunicación con distintas formas de anticipo (rueda de prensa, entrevista, *press releasses*) para facilitar y guiar el trabajo del periodista. 4° Por último, el divulgador, de acuerdo al material obtenido elabora y redacta la nota, reformulando el texto fuente. (Cassany, López y Martí, 2000:77)

---

<sup>50</sup> Utilizamos la denominación **nota**, basándonos en C. Galindo, M. Galindo y A. Torres Michúa (1997) porque ésta alude al texto escrito, mientras que la palabra **noticia** tiene connotación con el acontecimiento en sí, además porque satisface las exigencias de identificación y denominación, dado que en nuestra opinión la noticia, además, incluye géneros discursivos diversos tanto orales como escritos, como lo explicaremos posteriormente.



Paralelamente, la prensa de mayor difusión y prestigio consulta las revistas especializadas más reconocidas, así como también asiste a los foros más importantes como fuente de información (únicamente se divulga una mínima parte de lo publicado en revistas y expuesto en congresos, sin embargo el público en general, día a día, está más interesado en este tipo de información). Además, como consecuencia del creciente desarrollo de la ciencia y tecnología el público común requiere mayor información sobre estos temas y el perfil de este destinatario último influye directamente en la prensa general y en forma indirecta en la especializada y, por lo tanto, en la comunidad científica.

En resumen, la divulgación surge de la negociación de las intenciones entre estos interlocutores y fluye en episodios individuales que siguen la secuencia típica de **artículo de revista científica, comunicado de prensa, reportaje en prensa semanal o mensual**, tantas veces como se presente un conocimiento nuevo potencialmente interesante para la comunidad. (Cassany, López y Martí, 2000: 77)

En suma, como nos hemos propuesto caracterizar el tema de tapa del suplemento Clarín Informática como nota de divulgación, es decir como género discursivo, debemos aclarar que dicho género como tal abarca un amplio y variado conjunto de artículos, por ejemplo notas sobre diferentes dispositivos electrónicos, sobre Internet, sobre sistemas y programas, sobre equipos, etc. Y en muchos casos, comparte ciertas regularidades con las notas de divulgación científica, entre otras, soporte material, escritura en tercera persona que enmascara una primera voz discursiva, uso de clichés y estereotipos, construcción como segundo discurso... Por lo tanto, para caracterizar con mayor precisión este tipo de notas, tomamos en cuenta los aportes de M. Bajtín sobre contenido temático, estilo verbal y composición o estructura.<sup>51</sup>

### **3.1.1 Contenido temático.**

Los temas de tapa del suplemento Clarín Informática exhiben un contenido temático variable, reforzado por el uso de tópicos en numerosos paratextos y la complementación de infografías, diagramas, dibujos, ventanas o cuadros, etc. A pesar de

---

<sup>51</sup> Aclaramos que también se publican en otras secciones del suplemento notas de divulgación que no constituyen temas de tapa.

su variabilidad temática podemos reunirlos en subgéneros debido a que presentan una serie de tópicos recurrentes.<sup>52</sup> Es así que encontramos los siguientes grupos:

1º notas o temas de tapa cuyo objetivo es la explicación y argumentación sobre nuevos dispositivos. Son numerosas y se caracterizan por mostrar las últimas novedades del mercado informático.

2º notas o temas de tapa sobre Internet. Una cantidad considerable de artículos tematiza sobre la red virtual. Sus contenidos se relacionan con instrucciones sobre el mejor uso de ellas, explicaciones sobre servicios que presta, reflexiones sobre los cambios y transformaciones que se obtienen a partir de su utilización.

3º notas o temas de tapa sobre servicios (*software* o programas). Si bien existe una sección del suplemento que se dedica especialmente a este tópico suelen publicarse también como temas de tapa e informan sobre las ventajas e inconvenientes que dichos programas presentan o aconsejan sobre nuevos servicios *on-line*.

4º notas o temas de tapa sobre herramientas (*hardware*). No son tan frecuentes como en el caso del tópico de los nuevos dispositivos pero sí son de gran ayuda para el lector, sobre todo para situaciones de adquisición o cambio del producto. Muchas de estas notas que hablan de mejorar el funcionamiento de los equipos o computadoras, aparentemente persiguen como finalidad orientar en la actualización de éstos pero, en la mayoría de los casos, introducen información sobre los nuevos modelos del mercado. También existe una sección especial dedicada al tema, titulada *Hardware*.<sup>53</sup>

5º notas o temas de tapa sobre la integración de la computadora al espacio privado (hogar) o al espacio laboral (oficina). El enunciador de estos artículos cuyo objetivo es persuadir sobre esta integración dirige su discurso a alguna de las tres representaciones sociales del núcleo familiar como espacio privado: la madre, el padre o los hijos. Respecto del espacio laboral, la mayoría de las notas están dirigidas únicamente a un enunciatario que representa socialmente al lector masculino. En las últimas ediciones del año 2006 aparecen notas dedicadas a los hogares digitales.

---

<sup>52</sup> Respecto de cada uno de los tópicos recurrentes nos referiremos específicamente a ellos en el capítulo 4 al tratar el tema de las macroestructuras.

<sup>53</sup> Si bien el tópico “nuevos dispositivos”, debiéramos ubicarlo en esta sección, por la gran cantidad de notas dedicadas a él, hemos preferido tratarlo en forma separada.

### 3.1.2 Estilo verbal.

El estilo verbal es una propiedad del uso del lenguaje. Es “una indicación o un señalador de las propiedades sociales de los hablantes y de la situación sociocultural del hecho del habla” (Van Dijk, 1990:109). En él inciden diferentes factores sociales que determinan las variaciones en el uso lingüístico, entre otros, la edad, el género, el estatus o clase social, los antecedentes éticos, etc.

Como consecuencia de sus diferentes entornos sociales los usuarios del lenguaje se basan en distintos modelos lexicales o sintácticos. Asimismo, el contexto comunicacional tiene sus propias restricciones que dependen de los géneros discursivos y de la situación de enunciación. Tendemos a ser más informales, por ejemplo, en una conversación cotidiana que en una entrevista, o es más formal el lenguaje escrito o impreso que el lenguaje hablado. “El estilo contextual es el conjunto de características de uso del lenguaje que están asociadas con un tipo de contexto social particular (como en los tribunales, en el aula, etc.)” (Van Dijk, 1990:112).

Si consideramos que el estilo discursivo es el conjunto de detalles estilísticos específicos que se asocian con un género de discurso determinado, el contexto social tiene gran incidencia en la selección de la variante utilizada. Por ejemplo, el estilo de los artículos periodísticos, que está controlado como los demás estilos por el contexto comunicativo es también una variante del discurso escrito, por lo tanto debe ajustarse a las limitaciones impuestas para dicho discurso.

Por ejemplo, en dos notas de divulgación sobre Informática escritas en la prensa, una publicada en la sección de Información General y la otra en un suplemento, aunque éste no corresponde al suplemento tratado, encontramos rasgos textuales que las aproximan como otros que las diferencian. La primera de las notas se publicó el viernes 24 de agosto de 2000 y su autora es María Copani. La segunda, apareció en el Suplemento Económico del mismo diario, el domingo 27 de agosto de idéntico año. Su autor es Sebastián Campanario. Sus títulos son “Un virus disfrazado de Pokémon” e “Internet puede mejorar la distribución del ingreso”. Seleccionamos estos textos aunque no forman parte del *corpus* tratado, con la finalidad de cotejar las semejanzas y diferencias que encontramos en el uso de un mismo género discursivo “la nota de divulgación”. Señalamos que el uso de un mismo género discursivo puede presentar variantes, de acuerdo, al contexto sociocultural.

En “Un virus disfrazado de Pokémon” el contenido temático de la nota habla de un programa que amenaza la memoria de la computadora porque infecta o destruye los archivos. Este tipo de *software* o programa, denominado virus, se transmite por correo electrónico. En el caso que se detalla en el artículo, lo hace por archivo adjunto.

Cómo su título lo indica “Internet, puede mejorar la distribución del ingreso” el contenido temático de esta nota hace referencia a la opinión de John Chambers, ejecutivo de la empresa Cisco Systems sobre las posibilidades que brinda Internet a todos sus usuarios.

NUEVA AMENAZA PARA LAS COMPUTADORAS

# Un virus disfrazado de Pokémon

MARIA COPANI

**U**n nuevo virus informático ha entrado en escena, y lo ha hecho por la puerta grande: a caballo de la fama de un ídolo mediático.

Se llama Pokey, en alusión al cómic japonés Pokémon, y sus efectos pueden ser tan nocivos como los del virus "I love you", que causó estragos en millones de computadoras de todo el mundo desde su aparición en abril.

Su existencia ha sido confirmada al menos por dos grandes compañías de antivirus. La empresa Trend Micro dijo que "afortunadamente parece actuar de modo más lento que "I love you". Eric Chien, de la empresa de antivirus Syrhantec, destacó que "es la primera vez que un virus se dirige a un público infantil".

El virus Pokey se transmite por correo electrónico, bajo la forma de un archivo adjunto. El título del mensaje es "Pikachu Pokémon" o "Pikachu is your friend". Una vez abierto el archivo, se despliega un

mensaje con el texto: "Between millions of people around the world I found you. Don't forget to remember this day every time my friend" ("Entre millones de personas de todo el mundo, te he encontrado. No olvides jamás este día, amigo mío").

## Los efectos de Pokey

Por sus características, se trata de un "troiano", es decir de un virus que, a modo de "caballo de Troya" introduce en la computadora un código maligno que puede infectar y destruir sus archivos.

Al igual que su predecesor, el virus "I love you", afecta principalmente a quienes utilizan el programa de correo electrónico Outlook, y redistribuye automáticamente el mensaje a toda la lista de direcciones de e-mail que contiene el usuario afectado.

En esto radica la peligrosidad de "I love you" y sus sucesores (entre ellos Pokey): el mensaje parece confiable, porque el remitente suele ser un conocido.

Con esta familia de virus la recomendación ya no es solamente "jamás aceptes caramelos de un desconocido". Ahora el

consejo es: "No abras un archivo adjunto que no esperás, aunque provenga aparentemente de un amigo". Ese amigo puede haber recibido un virus inadvertidamente, y el código del virus hace el resto, replicándose automáticamente a todos sus destinatarios habituales de correo electrónico.

Contra los ataques de pánico, vale la pena recordar que el simple hecho de recibir un e-mail no afecta la computadora. En definitiva, la recomendación de los expertos no es "quemá esas cartas", pero sí "borra ese archivo adjunto. Sin abrirlo."



PIKACHU. El personaje inspirador.

## Qué hacer si Pokey ataca

En el sitio de la compañía Trend Micro (<http://www.antivirus.com>) hay información técnica sobre el modo en que actúa este virus, cuyo nombre exacto es Troj-Pokeya, y sobre cómo defenderse de un eventual ataque.

Siempre, y no sólo en el caso de este virus, la recomendación de los expertos es no ejecutar archivos con nombres sospechosos recibidos por e-mail. En caso de recibir un mensaje con el título "Pikachu Pokémon" o "Pikachu is your friend", bastará borrar el mensaje sin leerlo para que el riesgo se reduzca a cero.

No obstante, si la curiosidad pudo más y el archivo ya fue abierto, hay algunas soluciones de emergencia.

La primera recomendación es no reiniciar la computadora sin antes haber modificado o borrado el archivo autoexec.bat.

Esto se debe a que el virus modifica el autoexec.bat, dando la orden de borrar ciertos archivos cuando la computadora sea reencendida. El paso siguiente es reemplazar el archivo autoexec.bat por uno de respaldo. Finalmente, habrá que utilizar un antivirus que borre todo rastro del ataque.



## TODO EL CREDITO PARA LA GENTE.

En septiembre cumplimos 8 años. Con el trabajo realizado durante nuestra gestión, logramos que los bancos nos otorgaran toda su confianza. Estamos entre las compañías de la Argentina con la mejor calificación de riesgo crediticio a nivel nacional e internacional.

Disponemos de préstamos que nos permitieron mejorar el servicio para nuestros clientes. Invertimos más de 1000 millones de dólares en renovar gran parte de la infraestructura y los sistemas de seguridad.

Durante el 2000, vamos a invertir más de 130 millones.

Y, también, continuamos con nuestro programa de apoyo a las PyMEs argentinas para favorecer su desarrollo y sus exportaciones.

Todo el crédito depositado en Edenor gracias a la confianza del mercado financiero, vuelve en beneficios a la comunidad.



Edenor

[www.edenor.com.ar](http://www.edenor.com.ar)

NOTA DE TAPA SILICON VALLEY: UN OASIS DE PROSPERIDAD EN SU MEJOR MOMENTO

# "Internet puede mejorar la distribución del ingreso"

El ejecutivo de moda cree que la Red es un igualador de oportunidades. "La Argentina puede iniciar su revolución de productividad", dice.

SEBASTIAN CAMPANARIO  
San José, California. Enviado especial

**A**demás de morir por el pochoclo, el chocolate y el pollo frito, John Chambers tiene otra debilidad: las metáforas caninas. El CEO de Cisco Systems se refiere a los "dog-years" ("años perro") para destacar la rapidez de los cambios en el negocio de Internet. Cada año de un perro equivale a siete en un humano, y lo mismo sucede con los tiempos de la Nueva vs. la Vieja Economía. La otra alusión viene por el lado de su autodescripción favorita: no le gusta verse a sí mismo como un líder glorioso y lleno de pergaminos, sino como un aguerrido perro guía de un trineo esquimal.

Por lo pronto, los últimos números que la compañía exhibió en Wall Street muestran que el trineo no tiene demasiados problemas para deslizarse. El trimestre que cerró el 29 de julio, la compañía ganó 796 millones de dólares, casi 200 millones más que en el mismo trimestre, hace un año.

La oficina de Chambers mide tres por tres metros, y tiene una puerta que da a una sala de reuniones del mismo tamaño, decorada con fotos de ruteadores, switches, equipos de fibra óptica, y otros aparatos que fabrica la empresa, firmadas por los técnicos que las desarrollan. Allí el ejecutivo conversó con Clarín acerca de lo que él llama la "Segunda Revolución Industrial" o "Revolución de Internet". Chambers tiene una fe ciega en el crecimiento de la Red que permitirá, asegura, mejorar la distribución del ingreso de la población de todo el mundo en un futuro. **¿Cómo es esto?**



3x3. Eso mide la oficina de Chambers, el ejecutivo que el año pasado ganó 121,7 millones de dólares.

—En el campo de Internet, las oportunidades están mejor repartidas. Sólo por que un país o un conjunto de compañías hayan liderado la primera Revolución Industrial, no significa que liderarán la Segunda. Lo excitante de todo esto es que la Primera Revolución estuvo basada fundamentalmente en las ciudades, mientras que el campo casi no participaba. Se necesitaban enormes esfuerzos en términos de autopistas, vías de trenes, etc., con recursos que sólo algunos países poseían. En la Revolución de Internet, en cambio, todo lo que se necesita es una PC y un sistema educativo correctamente diseñado. Los países y compañías que lo perciban correc-

tamente serán los que tendrán éxito en la economía global. Habrá batallas de Internet entre países. Internet es un igualador de oportunidades: tanto si se está en la Argentina o en otro lado, se tiene la posibilidad de alcanzar y participar en la Segunda Revolución Industrial. La Argentina puede iniciar su revolución de productividad. Pero los líderes deben saber que existe una relación uno a uno entre infraestructura de Internet y crecimiento económico. Lo venimos diciendo desde hace cinco años, pero por entonces el único que nos prestó atención fue Mr. Clinton.

—**¿Y cómo cree que está posicionada, en términos relativos, la Argentina?**

—Si se mira la evolución a través de los años, tanto Chile como la Argentina tienen grandes sectores de ingresos medios, con grandes geografías para un nivel de población relativamente bajo: ideal para aprovechar más que nadie la Red. En general, en toda Latinoamérica nos está yendo muy bien, es un año muy bueno para nosotros: crecimos a tasas del 50% en casi todos estos países.

—**¿Cree que hay una relación inversa entre el tamaño de la compañía y la velocidad a la que puede crecer?**

—No, de hecho pienso que para mantener nuestro rendimiento en el mercado se debe poseer un instinto muy especial para de-

**II Seminario Internacional  
HEALTH ECONOMICS**  
Productividad, Trabajo & Bienestar

*Trabajar sobre el desarrollo de las personas y su calidad de vida, representa el mayor desafío en el nuevo milenio*

• Diagnóstico Organizacional: Indicadores Económicos y de gestión  
• Retorno de la inversión y beneficios económicos de los programas  
• Implementación de Health Economics en el contexto laboral Argentino  
• Management de Stress: Factor clave en productividad y performance  
• Planificando un ámbito laboral saludable

Conferencistas:  
Lic. Deborah Jones (Canadá)  
Dr. Michael Peterson (USA)  
Dr. Ricardo Demarek (Brasil)  
Dr. Daniel López Rosetti (Argentina)  
Dr. Jorge Corani (Argentina)  
Lic. Eduardo Bruzetti (Argentina)

Fecha de realización: Miércoles 6 de Septiembre de 2000  
Lugar de realización: Hotel Inter-Continental Buenos Aires - Moreno 809 - Bs. As. Argentina.  
Inscripción e inscripción:  
Moreno 970, 3º piso, Capital, Tel: (011) 4334-3000 Fax: (011) 4334-3004 E-mail: cio@suessa.com.ar

Organiza **CIO** Sponsor **ClarínX**

## Adquisiciones globales

—**¿Hay posibilidades de que extiendan esta estrategia de compras superagresivas afuera de los Estados Unidos, hacia Latinoamérica?**

—Cuando vamos a entrar en una empresa nueva vemos qué nos puede aportar. Y hasta ahora nos fue bastante bien: en un 90% de los casos los resultados excedieron mis expectativas. Y ya llevamos 64 adquisiciones. Si me hacía esa pregunta hace tres años, le contestaba que la mayoría de mis adquisiciones iban a estar en los Estados Unidos, y más específicamente en Silicon Valley. Pero hoy, factores como el trabajo, el capital virtual y el entrepreneurship, se volvieron globales. Así que vamos a ir por las mejores compañías, no importa dónde estén ubicadas.

—**¿Se imagina hoy alguna compañía que pueda crecer a la tasa que lo hizo Cisco, o estamos en una dinámica en la que cualquier firma que comienza a desarrollarse es automáticamente comprada por ustedes o por su competencia?**

—Bueno, ninguna empresa en la historia ha crecido a la tasa a la que lo hicimos nosotros. No hay un secreto para haber estado posicionado en el mercado correcto en el momento adecuado. En los próximos cinco años habrá muchas oportunidades de mercado, y el éxito dependerá de la velocidad con la que podamos concretar esas oportunidades. La primera empresa que capitaliza una innovación es la que recibe el premio mayor.

Deducimos de la lectura de las notas ejemplificadas que las dos se caracterizan por una serie de rasgos textuales.<sup>54</sup>

- **Discurso Público:** las dos notas se construyen como discurso público. Es decir, sus lectores pertenecen a grandes sectores poblacionales definidos por competencias culturales, ideológicas, lingüísticas, psicológicas, etc.
- **Apelación al Lector:** en la nota aparecida en la sección de Información General, los lectores como participantes en el acto de habla debieran estar presentes en forma indirecta e implícita, sin embargo, el lector participa con mayor grado de implicación (está presente directa y explícitamente representado por el alocutario), lo notamos por las frecuentes apelaciones que lo tienen como destinatario: “No abras un archivo adjunto que no esperarás...”; “...borrá ese archivo adjunto sin abrirlo”.
- **Indicadores o marcas de competencias comunicativas:** en las dos, tanto desde el punto de vista social como cognitivo, existen conocimientos compartidos por los interlocutores, así como presupuestos, creencias, normas, valores, sobre los que se asienta la nueva información. Estas presuposiciones tanto del enunciador como del enunciatario aparecen como indicadores o marcas de competencias comunicativas. Por ejemplo, en la primera nota: “con esta familia de virus la recomendación ya no es solamente jamás aceptes caramelos de un desconocido”. En la segunda, “lo excitante de todo esto es que la Primera Revolución estuvo basada fundamentalmente en las ciudades...”
- **Uso de formas impersonales y desagentivación:** en la redacción de la primera nota es común la carencia de formas personales, aparentemente no hay marcas de primera persona o “yo” individual. “Por sus características, se trata de un “troyano”, es decir de un virus que a modo de “caballo de Troya” introduce en la computadora un código maligno que puede infectar o destruir los archivos”. (Copani, 2000) Esto se debe, en muchos, casos a que la noticia si bien la construye un divulgador es producto de una organización institucionalizada, ya sea ésta pública o privada. En aquellos casos, en que tales deícticos aparecen se presentan como representaciones de la institución o empresa para la que trabajan. Por ejemplo, en la segunda nota: “Allí el ejecutivo conversó con Clarín acerca de lo que él llama la “Segunda Revolución Industrial o Revolución de Internet”.

---

<sup>54</sup> La finalidad que perseguimos al cotejar las dos notas es analizar las variantes estilísticas que éstas presentan.

(Campanario, 2000) Notamos que se mantiene la tercera persona que enmascara al sujeto de la enunciación y que se desplaza a éste identificándolo en la voz institucional. “Si los relatos periodísticos están firmados, los nombres no tienen el propósito de ser señales de expresión personal, sino identificadores secundarios de la voz institucional”. (Van Dijk, 1980: 113) En los últimos años y en diarios como Clarín detectamos mayor intervención del periodista como sujeto emisor de la nota informativa de interés general.

- **Incidencia del rol del divulgador en el enunciado:** en el primer caso el texto no es el resultado de una experiencia personal ni tampoco expresa una creencia u opinión privada. En el segundo, por el contrario, la nota reproduce la opinión del entrevistado, mientras que la voz del divulgador solamente se escucha en breves comentarios. Tanto en uno como en el otro, las creencias y actitudes subyacentes de sus autores se revelan indirectamente en los textos mediante la selección y elaboración de los temas, la jerarquía de los datos relevantes, el uso de categorías esquemáticas, el estilo léxico y sintáctico, etc.

- **Opacidad y transparencia en la representación discursiva:** el enunciado de la nota de divulgación en la sección de interés general aparentemente se presenta “desembragado” de su contexto de producción. No se evidencia en él, el informe técnico del que extrae los datos aunque exhibe en la superficie textual ciertas marcas. Por el contrario, el enunciado de la entrevista publicada en el Suplemento Económico no se muestra como un texto transparente sino que pone en evidencia su proceso de construcción en donde interviene el divulgador como periodista que realiza dicha entrevista y transmite los contenidos de la conversación sobre conocimientos tecnológicos a un destinatario lego o no experto, reformulándolos y convirtiendo el texto en una nota de divulgación.

El estilo de una nota como de otra, se ve afectado por el contenido temático que determina el nivel de categorización y su incidencia en el grado de formalidad de su escritura. En la nota de información general, el estilo del lenguaje y los registros lexicales específicos son inapropiados en el campo tecnológico, por ejemplo: “a caballo de la fama de un ídolo mediático”. Además del registro conversacional se advierte en el enunciado, el punto de vista del divulgador, las expresiones evaluativas, las metáforas cotidianas, las personificaciones, las apelaciones, las citas en inglés y español, etc. En la nota divulgativa de la entrevista, por el contrario, existe mayor grado de distancia entre la voz del enunciador y la del



personaje entrevistado que actúa indistintamente como locutor y alocutario. El estilo, si bien posee mayor grado de formalidad no oculta estereotipos y expresiones propias del registro coloquial.

### 3.1.3 La estructura textual.

Desde el punto de vista de la composición, la estructura textual de la nota de divulgación sigue los parámetros establecidos para la nota informativa o de interés general que está formada por una pirámide invertida. La estructura mencionada permite colocar los datos de acuerdo a una jerarquización establecida por orden de importancia. Esta norma rige igualmente para los titulares, el diseño de cada página y el orden de aparición de la noticias. Por ejemplo, la primera plana registra las noticias más importantes del día y, dentro de ella, las más relevantes se incluirán en la parte superior. De la misma manera, los encabezados o titulares resumen lo fundamental de cada noticia.

El modelo de la pirámide invertida es una peculiar jerarquización, opuesta a la forma tradicional aristotélica de planteamiento, nudo y desenlace, empleada comúnmente en la literatura ficcional. Este modelo favorece la lectura -un lector puede enterarse del acontecimiento sin leer todo el texto de la nota- y anula el suspenso al privilegiar lo informativo. El esquema de la nota, responde de esta forma a los cinco interrogantes propuestos por el modelo anglosajón *what* (qué), *who* (quién), *where* (dónde), *when* (cuándo) y *why* (por qué). A estos vocablos hay que agregar *how* (cómo). Las preguntas sirven como base para estructurar la nota informativa y si bien tradicionalmente era muy importante responderlas en el texto porque de esta manera no se omitía ningún dato relevante y se valoraba cada uno de los elementos de la información, no por esto deben aparecer en forma explícita en el enunciado. Por ejemplo, en el artículo periodístico de María Copani, esta nota desarrolla las siguientes secuencias: transmisión del suceso tecnológico (información sobre el ingreso del virus Pokey a la escena informática, es decir el “qué” y el “dónde” de la noticia); confirmación de su existencia por dos representantes de las empresas Trend Micro y Sythantec, especialistas en antivirus (el “quién”); su transmisión se realiza por correo electrónico bajo la forma de archivo adjunto (el “cómo”); entra en acción cuando se abre el archivo (el “cuándo”); introduce un código maligno que puede afectar o destruir sus archivos (el “por qué”).

La nota de interés general, acorde al esquema aludido en el párrafo anterior, desarrolla las siguientes secuencias: sucedió tal cosa, a tal persona, en tal sitio, a tal hora del día, de tal manera, por tales razones o causas. Mientras que, si bien la nota de divulgación, en principio, respeta la estructura de la pirámide invertida, es decir, cabeza informativa (las seis preguntas o material informativo imprescindible), cuerpo (cronología del hecho noticioso o material informativo ineludible) y pies de nota (datos accesorios o material informativo prescindible), no siempre respeta dicha estructura. En tales casos, la nota divulgación puede presentar rasgos atípicos del periodismo, originados tal vez en la presencia de fuentes discursivas diversas. Por ejemplo, comúnmente los periodistas o divulgadores recurren a los *papers*<sup>55</sup> por diversas razones (registrar un acontecimiento puntual; describir el estado actual de una investigación o tema; identificar una investigación, etc.) pero, también pueden valerse de otras fuentes (entrevistas, búsqueda bibliográfica, conferencias, encuentros, ensayos, etc.).

Los cinco interrogantes del uso de la "wh" propuestos por el modelo anglosajón, incrementados por el *how* (cómo) adquieren especial importancia, en la estructura de la nota de divulgación científica-tecnológica. Generalmente los medios y periodistas e incluso algunos investigadores otorgan mayor importancia al *what* (qué), *who* (quién), *where* (dónde) y descuidan los aspectos restantes, *how* (cómo), *when* (cuándo) y *why* (por qué). En este tipo de nota periodística existe un doble "qué": el "qué" de la noticia y el "qué" de la ciencia. El "qué" de la noticia consiste en la transmisión de un suceso tecnológico, una invención o una innovación, por ejemplo, de una sonda espacial, tema o acontecimiento que se considera de interés general o público. Mientras que el "qué" de la ciencia es un fenómeno natural o social, y del cual se ocupa la investigación.

Por las razones mencionadas, existirán, entonces, dos cadenas de 'wh': Cuando en la información se privilegia el qué de la noticia sobre el qué de la ciencia, el resultado es 'información general'. Cuando se privilegia el qué de la ciencia es periodismo científico. Cuando en el periodismo científico se privilegia el cómo, el resultado es divulgación científica. (Ballen, 1996:33)

La descripción del "cómo" científico y tecnológico, es decir la explicación de métodos y procesos de investigación que muchas veces incluye errores y fracasos suele no aparecer en la nota de divulgación, sin embargo, está consignado en los *papers*, en las secciones de "Materiales y Métodos" o "Experimentos". Además, constituye una

---

<sup>55</sup> Denominamos *papers* a los informes técnicos que se entregan a la prensa.

marca de calidad en la construcción de la noticia de divulgación porque muestra lo específico del saber científico-tecnológico que lo diferencia de otras formas de conocimiento. La narración divulgativa como proceso fundamental se apoya en el “cómo” de la ciencia. Desde este punto de vista “...hace una doble contribución a la comunicación: motiva el interés del lector pues un relato bien construido invita al lector a seguirlo hasta el final, y facilita la comprensión porque ordena la información en una superestructura familiar a todos”. (Ballen, 1996: 33)

El “cómo” permite armar el relato de divulgación porque narra los pasos seguidos por el investigador hasta la obtención del resultado previsto con sus correspondientes conclusiones. En tanto que, las respuestas a los interrogantes restantes, descuidados por la mayoría, el “por qué” y el “para qué”, posibilitan el conocimiento de la causas o antecedentes de la investigación, consignados generalmente en la introducción del *paper* y, en el caso del “para qué” responden a cuáles fueron las necesidades que provocó la investigación. Necesidades prácticas o no, de acuerdo al grado de beneficio social.

Desde la perspectiva del lector, la organización coherente de un texto admite la presencia de dos elementos constitutivos: las macroestructuras semánticas y las superestructuras. Las primeras, son las condiciones que permiten las conexiones lineales entre oraciones. Responden a necesidades cognitivas y colaboran en la comprensión del tema tratado. Las segundas se comportan como estructuras sintácticas y constituyen la figura o el esqueleto formal que se lleva con el contenido de la macroestructura semántica. (Van Dijk, 1990)

En la nota de divulgación, la macroestructura semántica tiene como función cognitiva y comunicativa la lectura y comprensión, por parte del lector, del material informativo. Toda la estructura de ésta, desde los titulares y encabezamiento hasta la distribución de la página, está constituido en función de dicha comprensión. Y, si bien, respecto del orden y jerarquización, la noticia se configura sobre una estructura discontinua porque la información puede aparecer en varios lugares del texto, la coherencia se mantiene porque los titulares y el encabezamiento orientan al lector.

### **3.2 El dialogismo como característica genérica.**

Como señaláramos al referirnos al marco teórico en el capítulo uno, Daniel Jacobi (1984, 1987) retoma los postulados de trabajo propuestos por M. Bajtín sobre

dialogismo y polifonía y los aplica al texto de divulgación. Jacobi estudia diversas formas típicas de esta práctica discursiva: reflexión sobre sus propio discurso, discurso sobre parte del discurso, utilización del discurso de otros, discurso dentro del discurso y enunciación sobre enunciación.

La dimensión dialógica, constituye para Jacobi, la verdadera polémica del discurso de divulgación científica-tecnológica. Este aspecto, probablemente, el más paradójico según este autor hace de este discurso una herramienta que por un lado, está destinada a transmitir un saber fijo, dogmático (contribuyendo a construir la visión ideal de la ciencia y la hagiografía de los saberes) y, por el otro, se constituye en manía y destreza para un pequeño círculo de especialistas que apuntan sus estrategias de lucha, sus polémicas a la conquista de la autoridad científica.

Jacobi reflexiona sobre dos personajes de un texto de Flaubert, Bouvard y Pécuchet que representan el público medio interesado en las noticias científicas y tecnológicas. Estos autodidactas y "desordenados enciclopedistas" con evidente buena voluntad están dispuestos a poner en práctica todo aquello que enseñan los libros.

Quel ques étoiles filantes glissèrent tut à coup décrivant sur le ciel comme la parole d'une monstree use fuseé. "Tiens, dit Bouvard, voilà des mondes qui disparaissent". (Jacobi, 1989:38) [Algunas estrellas fugaces se deslizan de repente describiendo desde el cielo como la parábola de un objeto monstruoso. Mira, dice Bouvard, fijate en mundos que desaparecen].<sup>56</sup>

La cita textual de *Bouvard et Pécuchet* le permite al investigador francés, explayarse en la actitud de estos héroes que lanzados en la búsqueda desesperada del saber científico, en una bella tarde de verano y después de digerir una buena comida "con la nariz en el aire, refrescadas sus mejillas por la brisa, contemplan el cielo estrellado", situación propicia, según dicho autor, para toda suerte de consideraciones metafísicas. El texto literario considerado es una admirable analogía de las aproximaciones, por parte de los científicos y tecnólogos a sus campos de conocimiento. En este texto se encuentra también, de acuerdo a la opinión de Jacobi, toda la ambigüedad de los usos sociales de ella, "*celle qui répond à des questions précises et concrètes, génere la technique et modèle les savoir-faire; celle aussi qui re nouvelle et entretient tout réflexion sur le sens de la vie*". (Jacobi, 1984:38) [Aquella que responde a

---

<sup>56</sup> Esta traducción y las subsiguientes son de nuestra autoría.

las cuestiones precisas y concretas, genera la técnica y modela el saber hacer, aquella también que renueva y entretiene toda reflexión sobre el sentido de la vida...]

La crítica del cientificismo, inscrita en el libro de Flaubert al describir y cuestionar algunos de los usos de la ciencia conlleva una pregunta esencial como lo hiciese notar Guilbert (1985). ¿El discurso científico no es nada fuera de lo que el receptor es susceptible de hacer? "*La langue scientifique, comme l'a foro justement not Guilbert, en tant que système linguistique, ne surait se définir pleinement, en dehors de la communication entre les locuteurs et des modalités du discours, ce qui est l'essence de tout langage*". (Jacobi, 1984: 38) [El lenguaje científico, como lo notó, justamente Guilbert, en tanto que sistema lingüístico, no sabría definirse plenamente fuera de la comunicación entre los locutores de todo lenguaje]

El viaje ejecutado por los personajes flaubertianos es una travesía a través de los discursos científicos de la época pero, estos héroes modernos avanzan o retroceden en las intenciones de su escritor -ellos leen con avidez los textos, ellos generalizan, extrapolan y sistematizan, ellos empujan al azar, ellos interpretan-. Las acciones realizadas por Bouvard y Pécuchet no son sino representaciones del quehacer del divulgador científico.

El discurso de divulgación científica es una de las tantas manifestaciones o exteriorizaciones de la "nebulosa discursiva científica" que no es un todo homogéneo, sino que presenta diversos grados de especialización. Es el lector, quien con el texto en mano, logra develar las formas plurilingüísticas que este discurso presenta.

*La dimension dialogique, qui affleure ici ou là, jusque dans le not-dit, montre comme bien ce discours s'ancre dans le champ scientifique et tient son rôle dans la concurrence des idées. A cet inventaire des caractéristiques du discours, observé du seul point de vue de l'émission, il convient de superposer la pluralité des lectures possibles que Bouvard et Pécuchet illustrent si bien. (Jacobi, 1984:52)* [La dimensión dialógica que aflora aquí o allá, aún en lo no dicho, muestra como este discurso se ancla en el campo científico y sostiene su rol en la competencia de ideas. A este inventario de las características del discurso observado solamente desde el punto de vista de la emisión, conviene superponer la pluralidad de las lecturas posibles que *Bouvard y Pécuchet* ilustran tan bien]

En un texto de 1987, Jacobi insiste en el tema de la hermeticidad del discurso científico, pasible de decodificación, y la necesidad de un intermediario. La función de éste que conoce los usos, mecanismos y estrategias del lenguaje-fuente es decodificar este discurso y reformularlo en lenguaje general.

En nuestro material de análisis, la dimensión dialógica de los discursos de divulgación en Informática que aparecen en el Suplemento de Clarín, se evidencia en la constante apelación que realiza el locutor sobre el rol o figura del alocutario. Numerosísimos ejemplos exhiben esta interlocución, como así también podemos apreciar casos de polifonía o intervención de otras voces en el texto. Por ejemplo en los siguientes modelos extraídos de los temas de tapa que componen el corpus:

Si usted decide incorporarse al mundo del DVD desde su PC, debe saber que tiene dos opciones.... (Bellucci, 1999: 2)

Esta cita está formulada sobre una apelación al lector en segunda persona pronominal “si usted”, y en tercera persona verbal “decide”, “debe saber”.

Salimos hace un año. Y pisamos fuerte. Desde el primer día usted, nuestro lector, se dio cuenta de que el Suplemento Informática iba a convertirse en una nueva costumbre semanal.... (Orione, 1998:3)

En el ejemplo precedente, el enunciador asume la primera persona plural incorporándose como miembro integrante del suplemento y se dirige a un alocutario determinado “usted, nuestro lector”.

[...] alentadoras noticias para los castigados bolsillos argentinos: las PC no sólo son cada vez más baratas, sino que tienden a ser **gratuitas**. Sí. Leyó bien: gratuitas. A cambio, el ‘comprador deberá firmar un **contrato de suscripción** a un proveedor de Internet por un tiempo determinado [...]. (Bellucci, 1999:5)

El enunciador transmite una información beneficiosa para su enunciatario que representa en el texto la figura del lector “Sí. Leyó bien: gratuita”.

Los que quieran suscribirse al servicio de Multicanal deberán tener tarjeta de crédito, desde donde se les debitará, mes a mes, el monto del abono. (Distéfano, 1999:2)

En esta cita el rol de enunciatario se circunscribe a la representación de aquellos lectores que quieren suscribirse a un servicio determinado.

### **3.3 El discurso de divulgación en Informática y la nota.**

Cuando desarrollamos los puntos 3.1.1 sobre contenido temático y 3.1.2 sobre estilo verbal habíamos adelantado ciertos rasgos textuales del discurso de divulgación en

informática en los temas de tapa. Abordamos las notas que constituyen el *corpus*, objeto de nuestro análisis, desde un reconocimiento de sus características generales para, luego, considerar todos aquellos rasgos que las definen como género discursivo particular. En primer lugar, dichas notas son **no ficcionales y de recepción masiva**. No ficcionales porque están estrechamente relacionadas con la realidad a la que hacen referencia y, por lo tanto, se producen y se reciben de acuerdo a esta caracterización, es decir a partir del supuesto que existe algo en el mundo que se corresponde con aquello a lo que tales notas refieren. De recepción masiva porque llegan a una gran cantidad de lectores, lo que implica, por una parte, que se encuentran en relación con complejas formas industriales de producción y distribución y, por otra, que éstas cualesquiera sean sus contenidos, son en sí mismas productos que se venden en un mercado donde tienen valor comercial. (Verón, 1984)

En segundo lugar, debemos tomar en cuenta que se trata de discurso escrito. Este discurso adquiere determinadas particularidades que surgen, sobre todo, del lapso que media entre su producción y su recepción. La distancia espacio temporal que separa la primera instancia de circulación del discurso de las restantes establece una serie de rasgos prototípicos: falta de espontaneidad (lo que no sucede en el caso de discursos televisivos y radiales), mayor grado de elaboración (diferencia de las nombradas con los discursos orales), enunciados más extensos, precisión de conceptos, ausencia de términos superfluos o redundantes propios de la oralidad, etc. (Calsamiglia y Tusón, 1999)

En tercer lugar, y respecto de su recepción, existe la posibilidad de un manejo discrecional, dado que la lectura de éstas no se halla sujeta a un determinado momento de emisión, sino que permanece de manera indeterminada una vez que el material discursivo ha sido impreso. (Verón, 1984) Finalmente, debemos considerar el efecto que dichas notas producen sobre los alocutarios de sus discursos ya que éstas inician, amplían, corrigen y redefinen el conjunto de sentidos asignados a objetos culturales determinados.

Las notas informan sobre objetos culturales pero, al hacerlo, opera en la interlocución del mensaje una atribución de sentidos y de valores, en virtud de los cuales dichos objetos adquieren legibilidad y pasan a formar parte de cierta lógica de lo real. De esta manera, se facilita la construcción de códigos interpretativos o normas de interpretación. Por ejemplo, en la nota "Internet, puede mejorar la distribución del ingreso", el enunciador acerca la figura de John Chambers (ejecutivo de una empresa

que en 1999 ganara poco más de 127.000.000 dólares) al enunciatario presentándolo en un contexto de referencia común: “muere” por el pochoclo, el pollo frito y el chocolate. Este acercamiento permite la aceptación por parte del enunciatario de los argumentos expuestos por el enunciador sobre el objeto cultural.

Allí el ejecutivo conversó con Clarín acerca de lo que él llama la ‘Segunda Revolución Industrial’ o ‘Revolución de Internet’, Chambers tiene una fe ciega en el crecimiento de la Red que, permitirá, asegura, **mejorar la distribución del ingreso** de la población de todo el mundo en un futuro.

-¿Cómo es esto?

-En el campo de Internet, las oportunidades están mejor repartidas. Sólo porque un país o un conjunto de compañías hayan liderado la Primera Revolución Industrial, no significa que liderarán la Segunda. Lo excitante de todo esto es que la primera Revolución estuvo basada fundamentalmente en las ciudades, mientras que el campo casi no participaba. Se necesitaban enormes esfuerzos en términos de autopistas, vías de trenes, etc., con recursos que sólo algunos países poseían. En la Revolución de Internet, en cambio, todo lo que se necesita es una PC y un sistema educativo correctamente diseñado. (Campanario, 2000:8)

Posteriormente, y conforme a estas atribuciones, el objeto cultural, en este caso Internet, gana existencia social entre los alocutarios del discurso, de tal modo que su éxito redundará a futuro en beneficio o éxito de otras aplicaciones. Entre los efectos segundos se cuenta la influencia en los comportamientos de los alocutarios con el objeto cultural de que se trate. En la misma nota de Campanario, el entrevistado, a pedido del periodista se expone sobre el objeto cultural:

Los países y compañías que lo perciban correctamente serán los que tendrán éxito en la economía global. Habrá batallas de Internet entre países. Internet es un igualador de oportunidades: tanto si se está en la Argentina o en otro lado, se tiene la posibilidad de alcanzar y participar en la Segunda Revolución Industrial. La Argentina puede iniciar su revolución de productividad. Pero los líderes deben saber que existe una relación uno a uno entre infraestructura de Internet y crecimiento económico. (Campanario, 2000:12)

Verón denomina circulación social del sentido, tanto de los efectos sobre el objeto cultural -atribución del sentido-, como a efectos del segundo tipo – influencia en los comportamientos-. A los dos los ubica como efectos de reconocimiento pero, en el primer caso el efecto se produce sobre el reconocimiento del objeto de la nota, mientras que en el segundo, el efecto se produce sobre la nota misma. (Verón, 2004)

En general, la **representación** de la noticia en el tema de tapa del Suplemento Clarín Informática posee dos o más páginas, de acuerdo al espacio que le asignen los editores. En su construcción podemos reconocer varios espacios discretos: el título, la



volanta o antetítulo, la bajada, el texto, las fotos o dibujos y algunas ventanas o recuadros con párrafos extractados del contenido textual. Sin embargo, en el *corpus*, observamos la tendencia, a segmentar los textos. En el tema de tapa o en septiembre de 1999, cuyo autor es Marcelo Bellucci, la diagramación está subdividida del siguiente modo: el **tópico genérico** (tema de tapa), la **volanta** (“las mejores películas, en clave digital”), el **título** (“El DVD trae a casa la magia del cine”), la **bajada** (“en la Argentina ya se venden y alquilan más de 3000 títulos en DVD. Qué compu se necesita para disfrutarlos a pleno. Cómo instalar los componentes”), el **texto**. Este último consta de dos apartados (uno sin subtitulación, el otro con el siguiente subtítulo “Qué hay que tener”). Ambos apartados poseen sendas ventanas o recuadros intercalados, de las mismas dimensiones en las que se destacan síntesis temáticas enunciativas.

En las dos columnas centrales se ubican:

1° una infografía con su correspondiente leyenda que exhibe dos imágenes idénticas en forma paralela, una visualizada en la pantalla del televisor y, la otra, en el monitor de la computadora.

2° A continuación, un diagrama sobre los *kits* de DVD Rom en dos colores, muestra en sus columnas marcas, modelos, velocidad y precio. En la parte inferior, destacado con interlineado se consigna las fuentes de dónde se extrajeron los datos informáticos.

3° Por último, y destacada al final de la página, en dichas columnas centrales, aparece otra ventana o recuadro con una nota aclaratoria de menor extensión, sobre un tema relacionado con el DVD, las consecuencias para la industria del cine. El subtítulo que exterioriza el recuadro “Se dividieron el mundo” alude a las seis regiones con código único de identificación para lectores de DVD.

TEMA DE TAPA

LAS MEJORES PELICULAS, EN CLAVE DIGITAL

# El DVD trae a casa la magia del cine

En la Argentina ya se venden y alquilan más de 3.000 títulos en DVD. Qué compu se necesita para disfrutarlos a pleno. Cómo instalar los componentes.

MARCELO BELLUCCI  
Informatica@elclarin.com.ar

Las luces se apagan y se enciende la compu: la función está por comenzar. De la mano del DVD, toda la magia del cine irrumpe en los hogares. En los videoclubs argentinos ya se alquilan y venden más de 3.000 títulos de todo el mundo. Y para el mes que viene se anunció el lanzamiento de *Alma mía*, la primera película argentina editada en el país.

El Disco Versátil Digital ahora sí pisa fuerte. Y con su paso ganador promete hacer a un lado a los tradicionales casetes de video. ¿Cuál es su secreto? Aunque a simple vista parece un CD común, en esos doce centímetros de diámetro se puede almacenar más de seis horas de película, con sonido digital y hasta ocho canales de audio. También entran datos complementarios sobre la filmación o los artistas y el doblaje o traducción a varios idiomas. En total, unos 17 gigabites de información.

Pero en formato DVD no sólo vienen películas. También se pueden conseguir enciclopedias, enriquecidas con videos de



DRACULA POR DOS. La película se ve en la tele y en el monitor de la compu.

si, esto puede ahorrar más de un dolor de cabeza.

También se pueden comprar cada uno de los componentes en forma independiente, lo que resulta más barato. Pero antes de salir a comprar, es bueno tener en cuenta las siguientes consideraciones:

■ **Lector.** Es la parte central del sistema. Los lectores de DVD-ROM también leen CD-ROM. Antes de elegir uno, es conveniente fijarse la velocidad de lectura (se mide en X). Hoy sólo conviene considerar los de 4X en adelante. Como hay poca diferencia de precio entre los distintos modelos, con el Creative Dxr5, que ronda los 160 pesos, es suficiente (es el que ofrece mejor compatibilidad con Windows).

■ **Placa descompresora.** Para que las películas entren cómodas en un DVD, se las comprime en un formato conocido como MPEG. La función de esta placa es descomprimir la información. Hoy en día lo mejor es adquirir placas como la Hulk 4 Savage de 32Mb, que cuesta unos 200 pesos y también es aceleradora.

■ **Placa aceleradora gráfica.** La función de esta placa es acelerar la comunicación en

Los que ya tienen lector de CD-ROM lo pueden cambiar por uno de DVD también lee CD-ROM

alta calidad y contenidos más detallados. Y otros títulos similares a los que vienen en CD-ROM. A todos estos discos se los conoce como DVD-ROM.

Para disfrutar del DVD-ROM se deberá contar con una compu equipada con lector de DVD, placa aceleradora gráfica, placa descompresora, placa de sonido y parlantes. Los que ya tengan un lector de CD-ROM lo podrán reemplazar por otro de DVD, que lee sin problemas cualquier CD-ROM y CD de audio. Y quienes sólo quieran ver películas podrán optar por los DVD Player, equipos que se conectan directamente a la tele (como las videocasetas), sin necesidad de computadora.

El precio de los lectores de DVD-ROM (los que se instalan en la compu y reemplazan al lector de CD-ROM) bajó notablemente durante los últimos meses. Hoy en día, la diferencia entre un equipo de DVD-ROM y otro de CD-ROM se reduce a unos pocos billetes.

**Qué hay que tener**

Si usted decide incorporarse al mundo del DVD desde su PC, debe saber que tiene dos opciones. La primera —más confiable y aconsejable— es adquirir un kit completo (ver Listos...) y pedirle al comerciante que se lo instale. Con el kit tendrá la certeza de que las piezas son compatibles entre

**LISTOS PARA INSTALAR**

Los kits de DVD-ROM que se venden en el mercado

Marca	Modelo	Velocidad	Precio
■ Sound Blaster	Golden Wave	6X	390
	Ensemble	5X	350
	La Creste	6X	360
	Aventura DVD Clonax	4X	580
■ Sony	DVD 220E/H	5X	285
■ Verbatim	Active Media	5X	350
■ Toshiba	SUT-1202	5X	390
■ Gallant Computer Inc	Nelson	4X	360

Fuente: CompuShop, Computer Factory, Compucenter. CLARIN

Antes de elegir, hay que fijarse en la velocidad de lectura; hoy sólo convienen los de 4X en adelante

te el monitor y la motherboard (la placa central de la compu). Así mejora el aspecto de las imágenes tridimensionales. Los últimos modelos de placas aceleradoras también son descompresoras: como la Teppro TNT2 de 32Mb (ronda los 255 pesos) y la Voodoo 3000 AGP (330 pesos). En este caso, no deberá adquirirse una placa descompresora.

■ **Placa de sonido.** Para conseguir un efecto envolvente habrá que empezar con una placa Diamond Mx300 que sale unos 135 pesos. Los oídos más exigentes pueden aspirar a una Sound Blaster Live Value. Cuesta 165 pesos.

■ **Parlantes.** De nada vale una placa de sonido superpotente si los parlantes no sirven ni para chillar. Lo mejorcito son los JS-300 de Jazz (130 pesos) que alcanzan una potencia real de 28 watts. Se le puede complementar con un subwoofer (pequeños parlantes para resaltar agudos y graves) que les suma 18 watts más. Deberán agregarse, también, otros 120 pesos. Otra alternativa son los Rambler 1000 que tiran unos 15 watts y cuestan 142 pesos. □

**Se dividieron el mundo**

La mayoría de las películas se producen en los Estados Unidos. Muchas salen en DVD antes que se estrenen en las salas del mundo. Además, todas las películas pueden comprarse vía Internet. Toda esta situación termina perjudicando a la industria del cine.

Para hacerle frente, los grandes estudios tomaron algunas precauciones. La más polémica consistió en dividir el planeta en seis regiones. Cada una, con un código único de identificación.

La zona 1 pertenece a los Estados Unidos y Canadá; la 2 a Europa, Sudamérica y Japón; la 3 al Lejano Oriente y Asia; la 4 a Sudamérica, Australia y Nueva Zelanda; la 5 a África, Rusia y la India; y la 6 a China.

¿Con esto qué lograron? Que si con mucho esfuerzo alguien compró un lector para zona 4 y tiene ganas de ver una película disponible sólo para la región 1, al colocarla en la compu un cartel diga: "La región de esta película no es compatible con el equipo".

Por otra parte, en la Argentina se venden lectores con norma NTSC. Y algunos títulos de la zona 2 europea vienen con la norma PAL. Por todo esto, lo mejor será disponer de un equipo multizona y multinorma. En la Web hay software que transforman el equipo en multizona y multinorma. En: [www.zoran.com/softdvd.htm](http://www.zoran.com/softdvd.htm), [members.tripod.com/wmania](http://members.tripod.com/wmania) y [www.vdvemporium.com](http://www.vdvemporium.com)

Fuente: CLU/DABVO. DR: TEL. AVH. Computer Factory, Castorina Video, Multimedia, Clocktower.

Cómo armar el cine hogareño: ver nota en la página 5

En este tema de tapa que sirve de ejemplo, la diagramación varía, no responde a los textos extensos de las primeras notas o temas de tapa que han quedado desplazados y, en su lugar, hay una serie de textos menores o más breves aunque de la misma jerarquía que se articulan formando el cuerpo o desarrollo textual y cuya unidad está dada por elementos paratextuales (ventanas, recuadros, subtítulos) que sirven para integrar los diferentes fragmentos.

El tema de tapa o nota de divulgación siempre tiene un objeto, y el conjunto de efectos de sentido que este género discursivo produce configura una semblanza o retrato verbal de dicho objeto, de cuya producción participan diversas secuencias discursivas, en especial explicativas y argumentativas. En menor medida, las narrativas. El objeto, en estos artículos de divulgación, siempre es un invento o una innovación tecnológica en Informática. En la localización y construcción del objeto opera como marco de referencia toda la información previa a la nota común a locutores y alocutarios, sobre la cual el tema de tapa se articula. Por ejemplo en la nota mencionada anteriormente sobre el DVD, actúa como marco de referencia de la nueva tecnología, el cine y las películas.

Tanto el marco de referencia (que limita y vuelve predecible al objeto) como la descripción que se haga de él (que lo circunscribe aún más: aspecto, entorno en el que se presenta, costos, etc.) determinan su identidad, así como también las relaciones que este objeto tenga con otros. Estas relaciones se presentan binariamente por similitudes y contrastes y, además, lo vinculan genealógicamente porque forman parte de la atribución de sentido por medio de la cual se ubica de manera específica el objeto, dentro del campo o sistema al cual pertenece. (Verón, 2004).

El tema de tapa como género discursivo de divulgación en Informática está estrechamente ligado al comunicado de prensa (*press releasse*) y a la entrevista porque se basa en éstos para su elaboración y posterior redacción. En el primer caso, los periodistas especializados en tecnología informática utilizan como fuentes confiables de suministro de información, los comunicados de prensa o las revistas en lengua española, ICQ, USERS, PC Actual, PC Manía, Computer Hoy, Internet Nord, entre otras. Estas publicaciones actúan de la misma forma que las agencias de prensa internacionales como Reuters, France Press, Associated Press, EFE, etc., lo hacen para las noticias en general. Debemos resaltar que en la mayoría de los casos, son pocos los divulgadores que recurren a revistas especializadas de circulación restringida, las que poseen excelentes artículos aunque los mismos no ofrezcan noticias atractivas para el periodista. Y muchos los que sí recurren a las revistas que poseen canales regulares de

comunicación con los medios. Estas revistas consideradas como material de referencia cuentan con departamentos de prensa, encargados de elaborar los comunicados o *press releases*. Los mismos son documentos donde se venden las noticias sobre trabajos científicos y tecnológicos. Son elaborados por periodistas de la propia revista. Por lo tanto, en ellos “se acentúan los criterios de noticiabilidad que se supone atraerán a sus colegas en la redacciones. El artículo científico o tecnológico tiene un título complicado, no llega casi nunca a conclusiones definitivas en un ámbito general y es muy difícil de ser interpretado por lo menos por los no especialistas. El *press releases* o comunicado de prensa no sólo reformula la información sino que la interpreta en el contexto de los valores noticia. Es decir que, en realidad, crea la noticia tal como lo hacen las agencias de prensa, marca la agenda de los temas noticiables, en definitiva, dirige la opinión pública hacia lo que es “importante””. (Berruecos, 2000)

En el segundo caso o entrevista, la relación con el tema de tapa surge del material obtenido durante la realización de este género discursivo que guarda similitud con el núcleo de nuestras interacciones diarias, la conversación. “Una entrevista es el resultado de la organización, mediante el proceso de escritura del material verbal que se genera a partir de una conversación peculiar en cuyo transcurso alguien asume el rol de preguntar y alguien el de responder”. (Atorresi, 1995) Los límites de la entrevista y su despliegue temporal son complejos, porque el ciclo abarca varias instancias. La primera de ellas, corresponde al momento inicial de preparación, que incluye la selección del entrevistado como así también un esbozo previo de los tópicos a tratar, además de la elección de lugar, fecha y horario para realizarla; datos pasibles de modificación de acuerdo a la voluntad del entrevistado. La segunda instancia, corresponde al desarrollo de la entrevista o momento de la conversación entre los participantes. La tercera, se extiende desde la selección del material discursivo obtenido en la entrevista hasta su posterior composición y escritura de la nota o artículo. Por último, la cuarta instancia, corresponde a la etapa de publicación que completa el ciclo, cuando se lleve a cabo la lectura de dicha nota basada en la entrevista. Es decir que nosotros no leemos la desgrabación de la conversación sino una composición que el divulgador realiza sobre la base de esa conversación, proceso en el que su contenido, muchas veces resulta sustancialmente modificado.<sup>57</sup>

---

<sup>57</sup> El analista frente a una entrevista periodística carece del material original de la conversación entre entrevistador y entrevistado que le posibilite compararlo con la publicación realizada, por lo tanto no

En el ejemplo de la nota de S. Campanario, citada en 3.1.2, el periodista entrevista al ejecutivo de moda John Chambers. Conocemos ciertos detalles de dicha entrevista porque aparecen en paratextos de la nota de divulgación. Por la volanta, sabemos que el lugar donde la cita se realizó fue Silicon Valley y, obtenemos mayores detalles mediante una infografía que acompaña al texto en la que aparece el entrevistado en su despacho. La leyenda, debajo de la imagen, dice: “3x3. Eso mide la oficina de Chambers, el ejecutivo que el año pasado ganó 121,7 millones de dólares”. Desconocemos otros datos sobre fecha y horarios de la realización de la entrevista pero, por el texto de la nota, sí conocemos ciertos rasgos de la personalidad de Chambers, la descripción de su lugar de trabajo y el tema de la conversación:

La oficina de Chambers mide tres por tres metros, y tiene una puerta que da a una sala de reuniones del mismo tamaño, decorada con fotos de ruteadores, switches, equipos de fibra óptica, y otros aparatos que fabrica la empresa, firmadas por los técnicos que la desarrollan. Allí el ejecutivo conversó con Clarín acerca de lo que él llama la “Segunda Revolución Industrial” o “Revolución de Internet”. (Campanario, 2000)

Es importante señalar que la entrevista sirve para que tomen estado público, las voces de aquellas personas cuya identidad social se desea destacar o reproducir. A pesar de que este género discursivo es una conversación de a dos, participa en ella, un tercero excluido (el público). La presencia de él es un factor determinante de la entrevista y, al mismo tiempo, actúa como el verdadero alocutario para el entrevistado. “Esta no correspondencia entre los roles de interlocución que es característica de la entrevista tiene efectos poderosos sobre el desempeño de los distintos actores participantes y la manera en que procesan la información”. (Iturriza - Leona, 1998:43)

### **3.4 El tema de tapa y su relación con el soporte discursivo**

El tema de tapa como nota de mayor importancia jerárquica en el suplemento ocupa varias páginas de este soporte discursivo. Como su nombre lo indica abarca no sólo la tapa de él sino también las primeras hojas. En los primeros años de su publicación (1997-1999), generalmente comprendía de tres a cinco páginas. Posteriormente a esa fecha merma notablemente su extensión. Hecho que se relaciona

---

puede hacer otra cosa que ceñirse al material discursivo impreso. Sobre la base de esta publicación, se construye la identidad social del entrevistado.

estrechamente no sólo con las circunstancias socioculturales y económicas que vive el país y que inciden sobre todas las publicaciones sino también con nuevas normas editoriales, además de la publicación *on-line* de Informática Clarín.

La creación del Suplemento Clarín-INFORMÁTICA significa el reconocimiento de un espacio autónomo que por su especificidad temática y su periodicidad se distancia del cuerpo principal del diario y privilegia, determinados temas que interesan a un grupo de lectores ya sea por su profesión, por sus competencias, etc. Desde el punto de vista de su diagramación, ésta toma en cuenta no sólo los contenidos temáticos sino también las especificidades y sus continuidades sociales. Por ejemplo, la inclusión del discurso de divulgación en Informática en los temas de tapa y otras notas, supone por un lado, la concentración de ciertos temas discursivos de publicación esporádica en el cuerpo principal del diario pero, además, implica la captación de lectores que carecen, muchas veces, del conjunto de conocimientos que exige la decodificación de códigos técnicos.

Desde la perspectiva de su producción el Suplemento guarda escasa relación con el ritmo productivo del resto del diario porque se escribe y compagina con varios días de antelación a la fecha en que será publicado y llega a los kioscos de revistas, uno o dos días antes de su distribución. Por otra parte, dada su especificidad temática y, además, el factor de periodicidad ya que se toma en cuenta su aparición semanal, no se pretende encontrar en él la mención de sucesos ocurridos el día previo a su circulación. Desde esta misma focalización destacamos que así como el suplemento Informática posee su espacio exclusivo que no responde a la articulación del cuerpo central del diario, otras problemáticas como educación, economía, técnica, turismo, etc. también lo poseen y se construyen en idéntico soporte discursivo. Tan es así, que si tomamos en cuenta este criterio de segmentación del universo de los lectores, esa pertenencia que se le atribuye a un determinado grupo y a una esfera autónoma del conjunto de la información, los suplementos como soporte discursivo pueden organizarse en cuatro tipos:

- a) suplementos que discriminan sus lectores según sus oficios o profesiones (Rural, Arquitectura, Economía y Negocios, etc.);
- b) suplementos pensados para un público de determinada edad (Jóvenes, Sí, Croniquita, etc);
- c) suplementos pensados para un público masculino o femenino (Deportivo, Cocina, Mujer, etc.);

- d) suplementos residuales sin restricciones fuertes (Clasificados, Para todos, Verde, Ollas y Sartenes, Lo nuevo, etc.). (Iturriza - Leona, 1998)

En el primer grupo, podríamos ubicar el suplemento que analizamos, su aparición data de junio de 1997, y está dirigido a un segmento de lectores interesados en el mundo de la Informática por diversas razones, en la mayoría de los casos prima la necesidad de asesorarse en un lenguaje comprensible del uso correcto de la computadora, ya sea porque el lector la posee o porque desea comprar una o porque quiere acercarse de alguna manera al universo digitalizado.

Antes de salir a la calle trabajamos casi un año para definir cómo iba a ser **Informática**. Qué le interesaba más al lector de **Clarín** y cómo contárselo.

Buscamos que nuestro lenguaje fuera el más accesible para todos, sin términos crípticos ni tecnicismos innecesarios. Y lo logramos, pues así lo certifican los numerosos mensajes de los lectores que nos agradecen por ‘hablar castellano’ [...]. **Informática** no se limita a la computadora. Abarca todo lo que ésta proyecta sobre el mundo de hoy, en **cualquier ámbito de la vida humana**. De allí los “paseos virtuales” y las “exploraciones por Internet, o las entrevistas con personajes del deporte, la cultura, el espectáculo: todos ellos vistos en su relación con la tecnología digital.

Otro objetivo fue que la información resultase **absolutamente confiable**. En un ámbito donde todo producto es conocido por su marca, todas las marcas son exactamente iguales para los periodistas que hacemos **Informática**: a usted le toca elegir en el momento de comprar.

Y para eso le brindamos **orientación**. Firmamos un contrato con NSTL Argentina, filial de los Nacional Software Testing Laboratorios, los más prestigiosos del mundo en textos informáticos. Las pruebas de NTSL garantizan la más **absoluta objetividad y transparencia** en la evolución de productos, tanto de hardware como de software. (Orione, 1998:3)

La mayoría de las notas o temas de tapa del suplemento analizado, aparentemente se ajustan a los objetivos propuestos por el equipo periodístico: comprensibilidad, confiabilidad y orientación. Con este motivo los divulgadores recurren a estrategias de diagramación informales, diseños tipográficos de fantasía, fotografías poco usuales, etc., basándose más en las publicaciones de revistas que en los diarios propiamente dichos. Además, en este tipo de suplemento también tiene gran importancia la captación del público joven y esto lo revela la adecuación al código lingüístico utilizado, tanto en el uso de la variante (estándar) como en los registros (informal, coloquial, amistoso) que predominan, además de las constantes reformulaciones explicativas de tecnicismos y anglicismos. En el tema de tapa “cómo convertirse en un eficiente teletrabajador”, publicada el miércoles 10 de marzo de 1999, cuya autora es Mónica García, observamos que acompaña a la nota, varias infografías

1

ONLINE



# Los secretos del TELETRABAJO

Trabajar a distancia es cada vez más fácil y barato. Claves para aprovechar mejor la tecnología digital. Cómo ganar dinero en casa con la computadora.

Capítulo 2 a 4

que tienen como finalidad ilustrar y reforzar los contenidos del teletrabajo vertidos en ella.



TEMÁ DE TAPA

EMPLEOS, OFICIOS Y OCUPACIONES A DISTANCIA

# Cómo convertirse en un eficiente teletrabajador

## Qué herramientas hacen falta para trabajar desde casa, el café o un taxi. Las mejores fórmulas para abogados, diseñadores, fotógrafos o escritores.

MONICA GARCIA  
mgarcia@elcom.com.ar

Quiénes quieran descubrir el secreto de cómo trabajar sin ir al trabajo, lo único que tienen que hacer es entrar al mundo de los teletrabajadores. Allí aprenderán a cumplir con sus obligaciones laborales sin marcar tarjeta, tomar tren ni colectivos. La teleoficina queda ahí nomás: sobre el escritorio o en la mesa de un bar (ver Las oficinas..., página 28).

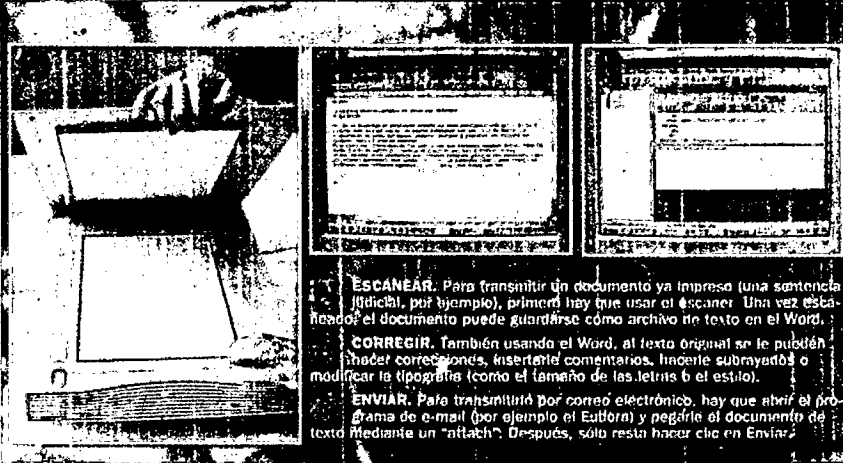
Los teletrabajadores ya no son una vaga promesa de la era digital. Las computadoras e Internet permiten practicar profesiones e idiomas a distancia. Lo mismo da que la empresa o persona para la que trabajen estén a la vuelta de la esquina o en el otro lado del planeta. La superautopista de la información los hará llegar en instantes, sin tráfico y sin pagar peaje.

En algunas actividades laborales es posible hacer todo a distancia. Y en otras sólo una parte (ver Los usos..., página 3). Estos son algunos ejemplos de teletrabajos:

■ **Profesionales de la salud.** Un médico argentino atiende un paciente atacado por un extraño virus. No lo duda y hace una consulta, vía e-mail, con un colega sudamericano que sabe más del tema. El médico virtual no sólo le responde sus dudas sino que le adjunta en su mensaje links a páginas de Internet con información sobre esa enfermedad.

■ **Abogados.** Después de largas negociaciones, un abogado está a punto de suscribir un contrato crucial para su carrera. Falta diez minutos para la firma y todavía

### PASO A PASO Cómo trabajar con un documento a distancia e intercambiarlo por e-mail.



**ESCANEAR.** Para transmitir un documento ya impreso (una sentencia judicial, por ejemplo), primero hay que usar el escáner. Una vez escaneado el documento puede guardarse como archivo de texto en el Word.

**CORREGIR.** También usando el Word, al texto original se le pueden hacer correcciones, insertar comentarios, hacerle subrayados o modificar la tipografía (como el tamaño de las letras o el estilo).

**ENVIAR.** Para transmitirlo por correo electrónico, hay que abrir el programa de e-mail (por ejemplo el Eudora) y pegarle el documento de texto mediante un "attach". Después, sólo resta hacer clic en Enviar.

recibir el mensaje al profesional.

■ **Investigadores, docentes y estudiantes.** Un profesor de historia puede ser un excelente teletrabajador. No sólo consigue buena información en la Web sino que puede colaborar en un equipo de investigación sin moverse de su casa. Este tipo de teletrabajo en grupo también es útil para los estudiantes. Si dos chicos tienen e-mail ya no importa que uno viva en San Fernando y el otro en Glen. Igual pueden preparar la monografía juntos.

■ **Artistas gráficos.** Ya hay centros de diseño y copiado que venden sus servicios a través de Internet. Desde sus casas, los diseñadores y fotógrafos hacen lo mismo: retoque digital de imágenes, diseño de tarjetas personales, afiches publicitarios y páginas web, entre otros trabajos.

■ **Fotógrafos.** Los dibujantes, montajistas, fotógrafos o diseñadores que trabajan por cuenta propia también pueden hacer su trabajo en casa y después enviarlo por e-mail. Ese es el concepto de la iMac de Apple, que viene sin disquetera pero tiene un módem incorporado que permite transmitir cualquier trabajo de diseño gráfico sin andar con un disquete de acá para allá.

■ **Programadores.** Una de las molestias de ir al trabajo son los horarios. Muchos programadores prefieren la noche para imaginar las claves de un nuevo soft, diseñar páginas web o hacer jueguitos en lenguaje Java Script, que a veces vende a sitios del exterior.

■ **Vendedores.** La venta a través del correo electrónico ya sedujo a varios vendedores cansados de ir de un lado a otro. Y los que no les queda más remedio que visitar a sus clientes usan minicomputadoras para

## Una ley que es poco clara

Teletrabajar no implica convertirse necesariamente en autónomo. Hay empleados que trabajan desde su casa o que están todo el tiempo de aquí para allá y aún así forman parte de una empresa.

Hay dos categorías de teletrabajadores: autónomos y en relación de dependencia. El primero es de los que usan medios electrónicos para trabajar a distancia. No tiene jefe y sólo le rinde cuentas a sus clientes y a la Administración Federal de Ingresos Públicos (AFIP).

Los que trabajan para una empresa, en cambio, tienen la misma categoría que los que marcan tarjeta en una oficina. En ocasiones se trata de trabajadores ocasionales que realizan parte de sus tareas desde la calle o desde su casa. En otras, practican su actividad en forma remota.

La ley 20.744 no es clara respecto a los teleempleados: sólo especifica que deben atender a los estatutos de cada profesión. "Contiene hacer un contrato especial", explicó a Clarín Felipe Leguizamón, asesor gremial del Sindicato de Empleados de Comercio, seccional Capital, o trabajar como autónomo, sin relación de dependencia.

tomar nota de los pedidos y mandarlos por e-mail. Así se liberan de tener que pasar por la empresa al terminar el día.

■ **Periodistas y escritores.** Para un periodista freelance (a tiempo parcial y sin relación de dependencia) el teletrabajo es ideal. Y también para los correspondientes o cronistas, que mediante una notebook y un módem, pueden mandar la información desde el lugar de los hechos.

■ **Músicos.** Muchos compositores venden, a través de páginas de Internet, partituras hechas en MIDI o en otros programas de edición musical más sofisticados. La computadora y el servicio de e-mail resultan ideales para trabajar en grupo. Los músicos pueden componer las melodías e intercambiarlas a través del correo electrónico, ya sea mediante una partitura escrita o bien por medio de un archivo de sonido.

Así, el bajista puede mandar la base de un tema al resto de los músicos para que ellos sumen sus instrumentos, los adosen a un nuevo archivo y sigan el intercambio hasta que el tema quede redondo.

■ **Tareas administrativas.** Los administrativos pueden, además de escribir informes, contestar las consultas de los clientes por e-mail y preparar presentaciones multimedia (con textos, gráficos e imágenes en 3D) mediante el programa PowerPoint.

■ **Data entry.** El teletrabajo es ideal para los que ingresan datos y datos en la computadora. Los tipadores también pueden escribir y mandar los datos por e-mail.

### Fierros que trabajan a distancia

Las principales herramientas de un teletrabajador son: la computadora, un módem (eventualmente un cablemódem)

### Casi todas las profesiones tienen alguna faceta relacionada con el teletrabajo

está ajustando los últimos detalles. Pero no hay motivo para perder la calma: ni siquiera va a perder tiempo en imprimirlo porque lo manda por e-mail.

■ **Contadores.** Si se tiene un jefe comprensivo y más o menos equipado, los contadores pueden tomar la decisión de no tomarse vacaciones pero trabajar desde su casa-quinta. Al costado de la pifeta y jugando con sus hijos, pueden preparar -notebook mediante- la facturación y los sueldos de los empleados. A la hora de la siesta tendrá todo listo para mandar el e-mail con las planillas de cálculos adjuntas.

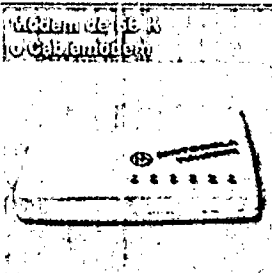
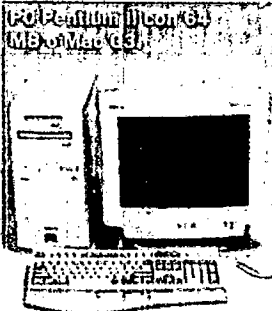
■ **Arquitectos e ingenieros.** Si se trata de modificar planos o bocetos, los arquitectos no tienen por qué encontrarse con sus clientes. Gracias a su programa de diseño asistido por computadora (más conocido como CAD), modificarlo es muy fácil y más aún mandarlo por e-mail al correo del propietario. A su vez, el cliente podrá hacer sus observaciones sobre el plano y

# TEMA DE TAPA

## PROFESIONALES POR MODEM

Los teletrabajadores requieren de un equipo con ciertas características y periféricos adecuados según su profesión.

### EL EQUIPO ESENCIAL



### LOS PERIFERICOS



#### Computadoras portátiles

**Periodistas:** Pueden hacer una nota, escribirla y enviarla a la redacción del diario o la revista.

**Abogados:** Redactar escritos y enviarlos a colegas y clientes.

**Vendedores:** Ofrecer productos y servicios, recibir pedidos y retransmitirlos a los negocios que lo enviarán al comprador.

**Arquitectos:** Diseñar planos y bocetos mediante el CAD.

#### Escáner

**Diseñadores:** Escanear imágenes de fotos o folletos.

**Abogados:** Transformar una sentencia o un trabajo de jurisprudencia desde el papel y pasarlo al formato digital.

**Docentes/estudiantes:** Digitalizar imágenes y textos para intercambiarlos con sus colegas de la escuela o la Universidad.

**Escritores:** Escribir los textos y transmitirlos a la editorial.

#### Fax

**Administrativos:** Enviar notas, cartas y memorandos hacia y desde una oficina.

**Periodistas:** Recibir información desde las agencias de noticias.

**Vendedores:** Recibir y enviar órdenes de compra de productos.

#### Videocámara

**Médicos:** Pueden participar de videoconferencias públicas, conferenciar en privado con un colega y dar clases por Internet.

**Empresarios:** Mantener reuniones de negocios o de directorio sin moverse de su casa o desde el country. Esta opción puede ser muy bien aprovechada por el resto de las profesiones.

## Los usos de la tecnología



**JULIO ORIONE**  
Editor jefe del  
suplemento Informática  
jorione@inf.clarin.com.ar

### OPINIÓN

Das atrás estaba en un estudio jurídico y, mientras esperaba presencia de la operación de enviar un escrito por medio del fax a la casa particular del abogado. Después de varios intentos frustrados, resultó que uno de los dos faxes no funcionaba. Finalmente, un mensajero (de carne y hueso) debió salvar la situación.

Obviamente, era teletrabajo. Pero precario, apoyado en el fax, una tecnología que es útil solamente cuando no se tiene computadora con módem, o si la tiene una de las partes y no la otra.

Pero todo resulta más irónico al saber que en ambos lugares, el estudio y la casa del abogado, había computadoras, ambas conectadas a Internet. Y a nadie se le había ocurrido usarlas para escáner mediante - enviar los escritos sin demora (ver Paso a paso, página 2).

Esta es la clave del trabajo a distancia: aprovechar la tecnología disponible en toda su amplitud. Y usarla hasta las últimas consecuencias.

Aunque esta definición tiene una contraindicación, como cualquier remedio. Ya que si bien todas las profesiones pueden aprovechar el teletrabajo, se trata de usarlo para los casos en los que realmente es apropiado. Y no soñar con que cualquier actividad podría ser resuelta mediante envío de bits (ver Las oficinas..., página 28).

Por ejemplo, en medicina, la computadora permite realizar diagnósticos y hasta cirugía a distancia. Pero a nadie se le ocurriría reemplazar la relación personal, en el consultorio, entre el médico y su paciente, ese cara a cara absolutamente necesario para que todo salga bien.

Y si existen casos anecdóticos de pacientes que han sido atendidos por su psicoanalista por medio del teléfono -finalmente el psicoanálisis se sustenta en la palabra hablada- nadie pensaría en suplantarlo con el envío de señales digitales ese acto "mágico" (por llamarlo de alguna manera) que tiene lugar en la intimidad del consultorio.

y un acceso a Internet. Para la mayoría de las actividades será más cómodo tener una PC, aunque los que se dediquen a tareas de diseño gráfico, seguramente, preferirán una Mac. En ambos casos, lo mejor es tener un equipo moderno que permita incorporar nuevos accesorios y programas más poderosos sin tener que ampliar la memoria RAM, agrandar el disco rígido o cambiar el microprocesador.

Para las PC, conviene que sea tipo Pentium Celeron o Pentium II de 300 megahertz (MHz) o más y un G3 para las Mac. Ambos con una memoria RAM no menor a los 64 megabytes (MB). En cuanto al módem, no hay que andar con vueltas y elegir uno de 56 K. Además, las computadoras deben ser multimedia para usar los editores de video y sonido, y los soft de telefonía y videoconferencia.

De acuerdo a su profesión, el teletrabajador puede necesitar otros equipos. Uno es la impresora. Los precios de las chorros de tinta color arrancan en los 140 pesos (ver Guía de compras, página 12). Si se quiere más versatilidad lo mejor será una

portátil, como la Canon BJ-50, que cuesta 390 pesos y sólo pesa 900 gramos. Además, con sólo cambiarle el cartucho esta impresora se convierte en escáner. El lector de escaneo cuesta 150 pesos.

Para los diseñadores gráficos es casi imprescindible un escáner. La elección depende del bolsillo y de la necesidad de re-

Para entrar al mundo del teletrabajo hay que tener computadora, módem y conexión a Internet.

solución que se tenga. Hay escáneres desde 80 pesos a 5 mil.

Al teletrabajador de las áreas de ventas o administrativas le vendría muy bien un equipo multifunción, que incluye impresora, escáner, fotocopidora y fax. Uno de los últimos en ver la luz es el Multipass C3000 (789 pesos). La impresora es a cho-

ro de tinta de 720 dpi. El fax tiene una velocidad de 14.400 bits por segundo (bps) y el escáner es de 200 dpi. Otros son el HomeCentre y el WorkCentre 450. El primero es impresora, copiadora y escáner, cuyo valor ronda los 400 pesos. El segundo le suma a esos atributos la función de fax, y el precio sube a 740 pesos.

Si el teletrabajo exige cierta movilidad, habrá que reemplazar la PC por una notebook. Hay una gran variedad de marcas, modelos y precios. Cualquiera sea el caso, el equipo debe ser capaz de navegar por Internet y usar, al menos, Windows 95.

Ahora, si no es necesario trasladarse con toda la oficina a cuestras, una buena opción pueden ser las palmtops o las handhelds. Las primeras son minicomputadoras sin teclado, en las cuales se escribe con un lápiz de plástico sobre la pantalla. Las segundas tienen teclado, lo que las hace más parecidas a una notebook que a una palmtop. Además, tienen una pantalla mucho más amplia y con una mejor resolución, las teclas son más cómodas para manejar, algunas in- **Pasa a la página 4**

**CScom Internet Provider**  
Web con dominio Propio \$ 25.50.- + IVA  
ABONO FULL \$ 24.500  
VENTA TELEFONICA -> 4345-6611  
0610 - PowerRed - 56Kflex - V90

**INTERNET**  
56K V.90  
NAP Cobase y Telnet  
Telnet Directo - PowerRed I  
0-610-1 - 50% Tarifa Telefon  
Soporte Técnico 9 a 20 hs.  
Soluciones Corporativas  
Enlaces Permanentes  
Distribuidores 50% dto.  
Primo anual Modem Gratis 56K  
4375-5700

## en INTERNET, mejor navegue con SINECTIS

INTERNET SIN LIMITE DE TIEMPO  
**25**  
Tarifa plana por mes más IVA  
Incluye email, navegación rápida  
WEB personal y webcast

Sinectis tiene la máxima velocidad de navegación internacional, más servicios, y la conexión inicial es muy fácil en 5 minutos. Llame al 4394-0500 y compruébelo hoy. En Internet, mejor navegue con Sinectis.

- Conexión 5. Alta Inversión -> Físico y Personal en el MEB
- Cursos Gratuitos de Internet -> Manual y 300 MB de software
- Máxima velocidad de navegación -> Módem 56 K V.90
- Tecnología Proxy -> Telnet Directo -> 0610. 50% tarifa telefónica local

**Soporte técnico 24 hs.**  
Sección de soporte técnico disponible las 24 hs los 303 días

Venta telefónica: lunes a domingo de 9 a 23 hs **4394-0500**

**sinectis**  
Elige Internet

**TEMÁ DE TAPA**

**VENTA DE PALMTOPS** corporan la novedad del color y hasta trabajan con el lápiz plástico. Algunos modelos de palmtops que se venden en la Argentina son la Avigo 10 (290 pesos), la Casiopeia E-11 (530) y la Palm III (499). Para enviar e-mail o navegar por Internet hay que comprar un módem especial. El de la Palm, por ejemplo, cuesta 190 pesos.

En el mercado local también hay handhelds: las Compaq C-Serie 810 (599 pesos) y C-Serie 2010C (tiene monitor color y cuesta 1.100) vienen con un módem integrado de 33.6 K y varias aplicaciones incorporadas.

Hewlett Packard sumó a sus handhelds la HP 360LX (795 pesos) y la HP 620LX (1.100), la nueva Jornada. Tiene un procesador de 190 Mhz, 16 MB de memoria y cuesta cerca de 1.450 pesos. No trae módem. Para agregarlo hay que invertir entre 200 y 300 pesos.

**Con Inteligencia prestada**

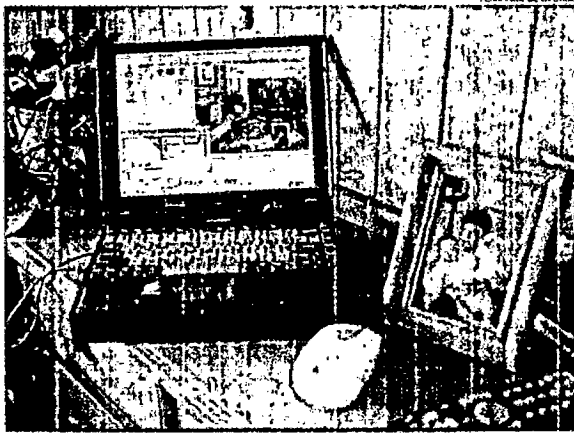
La ventaja de ser un teletrabajador es que, además de la inteligencia propia, se cuenta con la que aportan los programas

**Cada profesión cuenta con un software hecho prácticamente a medida de sus necesidades**

de la compu. Los soft que hay que incorporar a la máquina varían según la tarea. Aunque hay un set básico que debe estar compuesto por Windows 98 y un paquete de programas como el Microsoft Office (499), el Lotus SmartSuite (260 pesos) y el Corel Office (726 pesos). Estos incluyen procesador de textos, planilla de cálculo, soft de presentaciones y base de datos.

También es indispensable tener un administrador de correo electrónico, como el Eudora o el Outlook Express. Y un navegador de la Web, como el Internet Explorer, el Netscape Navigator o el nuevo Neoplant.

Otros soft útiles y gratuitos son: el Net2Phone (www.net2phone.com), para hacer llamadas telefónicas, el programa de videoconferencias Netmeeting (www.netmeeting.com) y el FaxSav (www.faxsav.com), para mandar faxes por Internet. Las minicompu con Windows CE tam-



**PORTATIL.** Las notebook permiten trabajar en casa y desde cualquier lugar.

bién tienen su séquito de programas de comunicación. Muchas los traen incorporados y otros se pueden conseguir en la Web. Por ejemplo, en los sitios FDA Central (www.pdacentral.com) y en PalmPilot Gear (www.pilotgear.com).

A veces es mejor tener un único soft que cumpla muchas funciones, como el PCTelecommute de Symantec. Permite hacer llamadas telefónicas, mandar faxes, comunicarse con la PC de la oficina central y enviarles archivos. Es compatible con Windows 95, 98 y NT y cuesta 220 pesos.

Para mantener un estrecho contacto con la compu de la oficina o la casa hay otro soft que cuesta lo mismo. Se llama PC AnyWhere y controla en forma remota una compu desde otra compu. Con él se pueden transferir archivos, administrar documentos y leer e-mail. También tiene una versión para palmtops.

Después de conseguir estas herramientas, hay que elegir otros programas específicos para cada profesión. Por ejemplo, editores fotográficos como el Photoshop 5 (907 pesos), soft para dibujar, como el Illustrator 8 (625 pesos) o el Freehand 8 (630), de diseño asistido por computadora (CAD 32, 750 pesos) y editores de música (Cakewalk HomeStudio, 190 pesos, y el SoundForge, 950), y gestión

jurídica (Lex Doctor 5.2, 390 pesos). Los contadores tienen el soft Mecenasa para contabilidad general (300 pesos) y los que administran consorcios otro de Mecenasa por 440 pesos.

**Ojo con la seguridad**

Hay una cuestión fundamental que todo teletrabajador tiene que tomar muy en cuenta. Como hay mucha peste informática dando vueltas es indispensable tener un buen antivirus (ver Arma mortal..., página 9) que la proteja de los virus tradicionales y de los que vienen de Internet.

Al respecto vale otra recomendación: hay que tener mucho cuidado de no ser víctima de los falsos virus, como los mensajes que alertan sobre la presencia de un virus letal. Hay que tener en cuenta que un e-mail no puede contagiar salvo que venga con un archivo adjunto. Si el teletrabajador es presa del pánico podría arruinar trabajos en curso, descompaginar el sistema operativo de su máquina y, lo que es peor aún, perder la tranquilidad de trabajar en casa, sin jefes a la vista.

Informa: Mariela Bañal.

Esta nota también se publica en Informática 2.0 en Internet

**Boisas de teletrabajo**

Una forma de iniciarse como teletrabajador es visitar las boisas de trabajo online. Las ofertas de trabajo para diferentes profesiones y oficios son fáciles para la Argentina como para el resto del mundo. Para encontrar estas oportunidades hay que apuntar el mouse hacia estas páginas:

- <http://www.alternativa.com.ar> es la dirección de Alternativa, que ofrece teletrabajo para programadores o diseñadores de páginas web.
- En <http://www.prowebdata.com.ar> está Proweb, con una base de datos donde publicar un curriculum.
- En la dirección <http://www.ctv.es/users/gesworld/3.htm> está CTV, con links a boisas de todo el mundo.
- <http://www.lalinea.com/boisas.htm> es la dirección de la línea, otro sitio con links a boisas internacionales.
- <http://www.tjobs.com> conduce Teltjob, una de las más completas boisas de trabajos de Europa.
- <http://www.freelanceinforma.co.uk> es la dirección de Freelance, donde ofrecen trabajos y servicios para trabajadores autónomos.
- En <http://www.trabajos.com> hay Trabajos para toda América Latina.
- <http://www.teleempleo.com>: Teleempleo es una agencia de teletrabajo, en su mayoría para españoles.
- Antes de salir a buscar es mejor entrenarse en esta nueva modalidad de trabajo, para la cual se ofrece capacitación desde la Web.
- La clave <http://www.mtye.gov.ar/teletrabajo> es una guía para Teletrabajar, la página del Ministerio de Educación dedicada a brindar cursos sobre teletrabajo.
- <http://www.svl.org>. El sitio SmartWalley ofrece una guía que enseña algunos secretos del teletrabajo.
- En <http://www.gtic.ssa.vipn.us/teletrabajo> está Censtate, con cursos para teletrabajadores y asesoramiento para empresas.

# ¿Cómo navego en Internet?

Suscribite a Ciudad Internet durante el mes de marzo y te regalamos la colección completa del Manual de Internet de Clarin, que te enseña a navegar, más un juego de signos de admiración para que los reemplaces por los de pregunta.

4510-4510  
VENTA TELEFÓNICA DE LUNES A VIERNES DE 9 A 21 HS.

INTERNET • CORREO ELECTRÓNICO  
TARIFA PLANA

**\$29/90**

CIUDAD INTERNET  
www.ciudad.com.ar  
Una empresa del Grupo Clarin

Promoción válida hasta el 31-03-99 ó hasta agotar stock. Esta promoción es válida para los que se abonen por nuestro centro de atención telefónica. Entrega domiciliar de los manuales conjuntamente con el kit de instalación.

El contenido temático del tema de tapa se centra en el uso de Internet en el mundo de los teletrabajadores.

Los teletrabajadores ya no son una vaga promesa de la era digital. Las computadoras e Internet permiten practicar profesiones y oficios a distancia. Lo mismo da que la empresa o persona esté a la vuelta de la esquina o en el otro lado del planeta. La súperautopista de la información los hará llegar en instantes, sin pagar peaje. (García, 1999:2)

Además de las explicaciones generales sobre este universo, el enunciador ejemplifica abundantemente respecto de los distintos oficios y profesiones que permiten este tipo de trabajo, por ejemplo el siguiente caso:

**Profesionales de la salud.** Un médico argentino atiende un paciente atacado por un extraño virus. No lo duda y hace una consulta vía *e-mail*, con un colega sudafricano que sabe más del tema. El médico virtual no sólo le responde sus dudas sino que le adjunta en su mensaje *links* a páginas de Internet con información sobre esa enfermedad. (García, 1999:2)

En otros enunciados se aclara, por otra parte, qué equipos y accesorios se necesitan. En el siguiente ejemplo, se expone sobre dos minicomputadoras.

Ahora si no es necesario trasladarse con toda la oficina a cuestras, una buena opción puede ser la palmtops o la handhelds. Las primeras son minicomputadoras sin teclados, en la cual se escribe con un lápiz de plástico en la pantalla. Las segundas tienen teclado, los que las hace más parecidas a una notebooks que a una palmtop. Además, tienen una pantalla mucho más amplia y con una mejor resolución, las teclas son mejores para manejar, algunas incorporan la novedad del color. (García, 1999:3)

### 3.5 La voz y el modo en el tema de tapa

Discurso y voz son inseparables. Esta verdad transmitida por la retórica clásica, que entendía el *ethos* como las propiedades que, implícitamente, exhibían los oradores mediante su forma de expresarse, incide en la concepción del género discursivo porque “las divergencias entre los géneros o entre los posicionamientos que compiten en un mismo campo discursivo no son sólo un asunto de ‘contenido’, pasan también por divergencias de ethos [...], el ethos no debe aislarse de los otros parámetros del discurso, contribuye de manera decisiva a su legitimación”. (Maingueneau, 1996:48)

Para analizar estas divergencias entre géneros discursivos y posicionamientos nos es imprescindible el análisis de las problemáticas del *ethos* (carácter +

corporalidad), señalado por Maingueneau (1984, 1991, 1998) y de registro y género, reconocida por Eggins y Martín (1997).

Para integrar la problemática del *ethos* retórico al análisis del discurso, es imprescindible efectuar un doble desplazamiento: por una parte, debemos rechazar la concepción que visualiza al enunciador como un actor que representaría el papel de su elección en función de los efectos que quiera producir en su auditorio. Efectos que no son propios o impuestos por el sujeto discursivo sino por la formación discursiva (conjunto de enunciados que pueden relacionarse con un mismo sistema de reglas, históricamente determinadas)<sup>58</sup>; por otra parte, como analistas del discurso debemos recurrir a una concepción en cierta medida transversal a la oposición entre lo oral y lo escrito.

Todo discurso, oral o escrito, supone un *ethos*: implica cierta representación del cuerpo de su garante, del enunciador que asume su responsabilidad. Su habla participa de un comportamiento global (una manera de moverse, de vestirse, de entrar en relación con otros). Se le atribuye también, un carácter, un conjunto de rasgos psicológicos (jovial, severo, simpático), y una corporalidad (un conjunto de rasgos físicos y de vestimenta), carácter y corporalidad son inseparables, se apoyan en estereotipos valorizados o desvalorizados en la colectividad en la que se produce la enunciación.... (Maingueneau, 1999:48)

Los estudios retóricos al organizarse en torno a la **palabra viva** integraban a su problemática el aspecto físico del orador, sus gestos tanto como su entonación. En el caso de los textos escritos, éstos no constituyen una forma de **oralidad debilitada** sino una materialidad discursiva que posee una **voz**, que está sostenido por una voz específica.

La posibilidad de que los sujetos se identifiquen en el discurso guarda estrecha relación con el uso de dicha **voz o tono enunciativo**. Todo discurso impone cierto tono a su enunciador, definimos el ideal entonativo conforme al estatuto de dicho enunciador

---

<sup>58</sup> La noción de formación discursiva ingresó al Análisis del Discurso de la mano de Pêcheau (1990) pero, se debe a Foucault (1969) su finalidad, "...designar conjuntos denunciados que pueden relacionarse con un mismo sistema de reglas, históricamente determinadas". (Maingueneau, 1996:51)

Con el concepto de formaciones discursivas, Foucault trataba de evitar las unidades tradicionales como "teoría", "ideología", "ciencia". Dentro del marco teórico del marxismo althusseriano, Pêcheux introduce dicha noción al Análisis del Discurso considerándola como una formación social. Sostiene que toda formación social caracterizable por cierta relación entre clases sociales, implica la existencia de "posiciones políticas e ideológicas, que no son productos de individuos sino que se organizan en formaciones que mantienen entre si relaciones de antagonismo, de alianza o de dominación". (Pêcheux, 1990)

Una formación ideológica incluye una o varias formaciones discursivas interrelacionadas que determinan lo que puede decirse a partir de una posición y situación dadas. Independientemente del planteo marxista de Pêcheux, la formación discursiva designa todo sistema de reglas que fundamenta la mitad de un conjunto de enunciados socio históricamente circunscriptos. (Maingueneau, 1996)

y, de su correspondiente enunciatario. Pero el tono, únicamente, no abarca el campo del *ethos* enunciativo. El tono, necesariamente, se asocia a un carácter y una corporalidad. El **carácter** se atribuye a ese conjunto de rasgos psicológicos que el lector oyente atribuye espontáneamente a la figura del enunciador según su manera de decir. En el suplemento, tratado ese carácter enunciativo corresponde al profesional capacitado en el campo de la Informática, (mesurado, sociable, deseoso de comunicarse con un lector no experto). Hacemos hincapié que no se trata de una caracterología sino de arquetipos que circulan en la mentalidad cultural de una sociedad determinada. Respecto de la “corporalidad”, también debemos decir lo mismo, remite a una representación del cuerpo del enunciador, “un cuerpo que no se ofrece a la mirada, que no es una presencia plena sino una especie de fantasma inducido por el destinatario como correlato de su lectura”. (Maingueneau, 1987:26)

Tanto el *ethos* como la interdiscursividad se integran en el proceso enunciativo formando un todo indisociable. Esta **incorporación** se articula sobre la base de tres ejes:

- La formación discursiva le da cuerpo textual al enunciador y enunciatario.
- Esa corporalidad permite que ambos sujetos incorporen esquemas configurativos de su lugar en la sociedad.
- Los aspectos señalados anteriormente condicionan la “incorporación imaginaria” de los destinatarios o adeptos del discurso. (Maingueneau, 1987)

Este punto de vista centra su focalización en el tema de la eficacia del discurso, del poder que posee para suscitar su creencia. El destinatario y co-enunciatario no se ve únicamente “como el individuo al que se proponen ideas que corresponderían más o menos con sus intereses, es también alguien que accede a lo dicho a través de una manera de decir, esta última enraizada en una manera de ser lo imaginariamente vivido”. (Maingueneau, 1987:26) En los textos publicitarios se aplica esta idea y éstos, exhiben en la formación discursiva de sus enunciados la estrategia de convicción. Como “convencer” es también atestiguar lo que se dice, el enunciador se identifica con el enunciatario. Así como sucede en los textos publicitarios, el discurso orientativo de las notas o temas de tapa también muestra la configuración de un coenunciador atento, interesado tanto en lo que se dice como en la manera de decirlo, dispuesto a creer en la confiabilidad del mensaje transmitido, respaldado en la autoridad del enunciador.

[...] así como la pragmática ha cuestionado la concepción de un lenguaje que tendría por función representar un mundo ya ahí, también el análisis del Discurso ha rechazado la concepción que haría de la discursividad un soporte de doctrinas o visiones del mundo. El discurso es menos un punto de vista que **una red de restricciones que regulan una actividad específica**<sup>59</sup>. La enunciación no es esa escena ilusoria donde vendrían a decirse contenidos, elaborados en otro lado, sino un dispositivo que está involucrado en la construcción del sentido y de los sujetos que en él se reconocen. El Análisis del Discurso no debe dar cuenta sólo del hecho de que tales enunciados y no tales otros hayan sido preferidos; debe explicar también la manera en que se ha podido movilizar fuerzas, investir redes sociales. (Maingueneau, 1987:26)

Desde este punto de vista, la posición de Maingueneau se acerca a lo sostenido por Verón (1996) sobre el concepto de “lo ideológico”. Para este autor lo ideológico no es el nombre de un tipo de discurso sino el nombre de una dimensión presente en todos los discursos producidos en el interior de una formación social, en la medida en que el hecho de ser producidos en dicha formación social ha dejado sus huellas en el discurso. Además, también considera ideológica aquella dimensión presente en toda materia significativa cuyo sentido está determinado socialmente. (Verón, 1996) Lo ideológico es lo que marca las pautas que diferencian el discurso de divulgación tecnológica del discurso de divulgación científica propiamente dicho (como veremos a partir del capítulo cuatro en adelante) y, además, es la base necesaria que determina la configuración de la nota o tema de tapa como género discursivo en el suplemento.

Anteriormente, habíamos señalado que en las divergencias entre géneros discursivos o entre los posicionamientos que compiten en un mismo campo discursivo, se encontraban las problemáticas del *ethos*, a la cual ya hicimos referencia y la de registro.

La teoría de registro y género busca abordar el discurso desde el punto de vista lingüístico, formulando teóricamente las similitudes y diferencias establecidas entre éste y otros discursos. El primer paso en un análisis de esta naturaleza es describir las pautas lingüísticas (palabras y estructuras) que crean diferentes efectos entre los discursos. Existen tres áreas principales de diferencias entre los textos: el grado de formalidad del lenguaje empleado, la carga de actitud y/o evaluación expresadas por el autor del texto y el conocimiento de fondo que se utiliza en ellos. los siguientes textos sobre un mismo tema: el *spam* o correo basura se configuran genéricamente como notas de tapa; el contenido temático pertenece a idéntico campo de conocimiento, la tecnología

---

<sup>59</sup> Hemos resaltado en negrita la proposición “una red de restricciones que regulan una actividad específica” porque consideramos que en esta proposición se centra el meollo del problema que nos ocupa.

informática. El primero de ellos, publicado en Clarín Informática, el 21 de Enero de 2004 lo escribió Leonardo González Pérez. El segundo, corresponde al suplemento del diario La Nación, titulado Mi PC/Informática & Tecnología, su fecha de publicación es el 20 de septiembre de 2004 y su autor es Ricardo Sametband.<sup>60</sup> Cotejamos ambos textos porque consideramos que ofrecen un material para el análisis discursivo muy interesante desde el punto de vista del género y registro, porque estos textos responden a un universo diferente de lectores que incide por las competencias comunicativas de sus enunciadores y enunciatarios.

Texto 1: Cortá por lo sano: mantené la basura bien lejos de tu PC.

Si algo hermana a todos los usuarios de correo electrónico del mundo, además del @, es el enojo ante la gran cantidad de mensajes no deseados que desbordan día a día las casillas de e-mail. Los mails que interesan suelen estar en los buzones virtuales perdidos entre decenas de ofertas de viagra, pornografía, préstamos, viajes y más y más y más. Sin embargo, aunque no existe nada que elimine de raíz el spam, hay toda una batería de recursos para mantenerlo relativamente **bajo control**, tanto si se usan webmails como casillas POP3.

(González Pérez, Clarín Informática, 21 de enero 2004)

Texto 2: Cómo ganarle al Spam

Más de tres décadas han pasado desde aquel día en que Ray Tomlinson creó el correo electrónico, buscando una manera de ponerse en contacto con usuarios de computadoras lejanas. Desde entonces hasta ahora, la estructura básica que regula el funcionamiento de e-mails se ha mantenido casi sin modificaciones.

Entrevistado por La Nación para la edición del 21 de enero de 2002, Tomlinson declaró: 'Si tuviera la opción de reinventar el e-mail, le incorporaría alguna opción anti-spam desde el principio'. Lograr algo semejante hoy implicaría un esfuerzo descomunal, pero aún así se están desarrollando varios proyectos para limitar el efecto que produce el correo basura.

(Ricardo Sametband, M: PC/Informática & Tecnología, La Nación, 20 de septiembre de 2004)

Texto 1:

### Formalidad textual

- a) Utilización de variedad estándar y registro informal.
- b) Referencia del autor, destacado en recuadro simple, al comienzo de la nota, debajo de la bajada y el título.
- c) Predominio temático. El tema se destaca y se relaciona por coherencia local (progresión temática lineal y relaciones funcionales de especificación).
- d) Uso frecuente de incrustación, las unidades de la estructura clausal constituyen a su vez cláusulas: "sin embargo, aunque no existe nada que elimine de raíz el *Spam*", "hay toda [...] Los mails que interesan..."

---

<sup>60</sup> Como lo señaláramos anteriormente en el capítulo uno, los ejemplos elegidos, extraídos de artículos cuyas fechas de publicación no corresponden a los años 1997, 1999 y 2002 (seleccionados para el *corpus*) se toman en consideración únicamente para aportar mayor claridad y precisión al tema tratado.



- e) Uso de vocabulario accesible: “si algo hermana...”; “es el enojo...”
- f) Uso de polisíndeton: “y más y más y más.”
- g) Uso de tecnicismos: “@”; “e-mails”; “mails”; “webmails”; “POP3”.

#### **Expresiones de actitud**

- a) Utilización de adverbios que minimizan, especifican o generalizan: **todos** los usuarios; **gran** cantidad; y **más**, y **más y más**; no existe **nada**.
- b) Uso directo y abundante de léxico actitudinal: “si algo hermana”; “mensajes no deseados que desbordan”, “mails que interesan”; “elimine de raíz”; “hay toda una batería de recursos”; “bajo control”.

#### **Conocimiento supuesto**

- a) Utilización de términos que poseen significados técnicos o especializados pero comprensibles para el lector no experto: “correo electrónico”, “e-mails”, “@”, “webmails”, “spam”, “POP3”.

#### **Texto 2:**

##### **Formalidad textual**

- a) Utilización de variedad estándar y registro formal.
- b) Referencia del autor, destacado en negrita, al final del artículo.
- c) Predominio temático. El tema (correo basura) se destaca mediante mención (Ray Tomlinson), especificación (creador del correo electrónico) y cita de autoridad entrecomillada, en DD (discurso directo). Las microestructuras se relacionan por coherencia local, tanto lógicas como temporales: “Entrevistado por La Nación para la edición del 21 de enero de 2002, Tomlinson declaró [...]”
- d) Uso frecuente de adverbios y expresiones adverbiales temporales: “más de tres décadas”; “desde aquel día”; “desde entonces”; “21 de enero de 2002”; “desde el principio”; “hoy”.
- e) Uso abundante de subjetivemas: “electrónico”, “lejanas”, “básicas”, “semejante”, “descomunal”.
- f) Uso de restricciones adversativas: “implicaría un esfuerzo descomunal pero aún así se están desarrollando”
- g) Uso escaso de tecnicismos: “e-mail”, “anti-spam”.
- h) Utilización de pocos verbos de acción: “creó”, “declaró”, “produce”, “regula”.

## Expresiones de actitud

- a) Utilización de algunas expresiones actitudinales: “Ray Tomlinson creó el correo electrónico, buscando una manera de ponerse en contacto con usuarios de computadoras lejanas”; “Tomlinson declaró”; “incorporaría alguna opción”.
- b) Escaso léxico técnico.

En ambos textos podemos constatar diferencias en el uso de pautas gramaticales y discursivas. Sabemos que estos fueron elaborados por dos divulgadores o periodistas especializados (González Pérez, en el primer caso, periodista de Clarín Informática y Ricardo Sometband, en el segundo, de La Nación).

Como dijéramos anteriormente, estas notas son temas de tapa que se publicaron en el mismo año, con diferencia de ocho meses entre una y otra en los Suplementos anteriormente mencionados. Desde el punto de vista de la construcción de sus enunciatarios, las dos notas difieren y esa diferencia radica en las competencias culturales y sociales de sus destinatarios. En los ejemplos 1 y 2 podemos observar que las elecciones del vocabulario y de la estructura tienen estrecha relación con el grado de realimentación posible entre el autor del texto y su audiencia. El texto 1 (Clarín) se apoya más en las estructuras y léxico del discurso oral mientras que, el texto 2 (La Nación), guarda mayor distancia entre destinador y destinatario marcado por el uso de la tercera persona, estructuras formales y complejas, como es costumbre en el lenguaje escrito. Hay menos referencias personales, más vocabulario nominalizado y menos verbos de acción.

Respecto del segundo grupo de diferencias lingüísticas (la ausencia y/o presencia de elecciones actitudinales y evaluativas) se relaciona con el rol que desempeñan los autores textuales. En ambos casos, el papel que estos cumplen es de intermediario, aunque en el texto del Suplemento Clarín-Informática, el enunciador emite o acentúa los juicios de valor “es el enojo ante la gran cantidad de mensajes no deseados”; “los *mails* que interesan”, “...recursos para mantenerlo relativamente bajo control”. Mientras que el texto 2, del Suplemento “**Mi PC, Informática & Tecnología**”, la expresión de actitud está limitada o se manifiesta de forma enmascarada, sobre todo en el último párrafo cuando alude al esfuerzo de aplicar una opción *antispam*, esfuerzo que el entrevistado califica como “descomunal”.

En tanto que, el contraste que presentan ambos textos entre el vocabulario técnico y el cotidiano, sin llegar a ser abundante en el primero, se utiliza con mayor asiduidad que en el segundo, que prácticamente, no presenta términos técnicos.

Respecto de los conocimientos supuestos, ambos presentan secuencias explicativas sobre aspectos del tema y en el segundo caso, se menciona el nombre y las palabras del inventor del correo electrónico, los dos actúan como indicadores significativos del campo discursivo tecnológico.

El hecho de identificar varios grupos de pautas que diferencian los textos nos permite diferenciar varias dimensiones contextuales que inciden en ellos.

Esta pluralidad sugiere que un texto es un entramado compuesto de muchas hebras diferentes portadoras de significado que actúan de manera simultánea [...] Son estas nociones de las hebras de significados en el texto, y su correlación con las dimensiones contextuales, las que proporcionan a los enfoques de la teoría de los géneros y registros sus dos temas en común. En primer lugar, se concentran, en el análisis detallado de la variación de las características lingüísticas del discurso [...] En segundo lugar, las aproximaciones a la teoría de registro y género intentan explicar la variación lingüística tomando como referencia la variación en el contexto [...] (Eggins y Martin, 2000:340)

Si nos preguntamos sobre los temas de los textos 1 y 2, es decir sobre sus sentidos, observamos qué tratan de más de un tema a la vez. Por una parte, los textos aportan significados sobre una realidad (la del correo basura) y, señalan si es posible combatir esa realidad. Pero, además de estos significados, el entramado textual en ambos se refiere a otros significados, por ejemplo a las actitudes de los autores con respecto al tema que tratan y al rol que dichos autores cumplen respecto de sus lectores. Además, también nos informan sobre sus organizaciones y como acontecimientos lingüísticos (es decir, que son textos escritos, periodísticos, de divulgación y que deberían leerse como tales).

Como señaláramos en el capítulo uno, al tratar el marco teórico, las nociones de registro y género nos permiten observar que usamos el lenguaje de modos diferentes en situaciones diferentes. Si hablamos técnicamente deberíamos decir que las dimensiones contextuales producen un impacto en los discursos que hace que ciertos significados, así como sus expresiones lingüísticas, sean más probables que otras. Podríamos decir que el contexto coloca ciertos significados en una situación de "riesgo". (Eggins y Martin, 2000) Por ejemplo, cuando nosotros hicimos la selección del *corpus* tuvimos diferentes opciones para la elección de los textos que lo integrarían. Pero la gran cantidad y variedad de notas que conformaba el material discursivo hizo que la elección de algunas de ellas fuera más probable para escoger que otras. Esta relación de probabilidad estaba condicionada por el contexto, por la utilidad que nos brindarían esas notas para el

análisis discursivo. Elegimos las notas por dicha probabilidad de uso, aunque podríamos haber elegido otras. Las dimensiones fundamentales del contexto social es lo que permitió la elección que realizamos, es decir la consideración de enunciador – enunciatario, las competencias, las actitudes de ambos, la fuerza argumentativa del tema, la distribución y la formalidad textual.

Mientras el registro permite un conocimiento de las relaciones intrínsecas del texto y su contexto, el género nos proporciona explicaciones adicionales de las diferencias entre los textos: “porque distintos géneros corresponden a distintas maneras de usar el lenguaje para cumplir con diversas tareas culturalmente definidas, y los textos de distintos géneros son aquellos que realizan diferentes propósitos en la cultura”. (Eggins y Martin, 2000:342) Los textos 1 y 2, analizados por nosotros, pertenecen a un mismo género discursivo, la nota periodística o tema de tapa. Ambos satisfacen el propósito cultural de transmitir una información del campo tecnológico, más específicamente, informático. La evolución y el dinamismo de los textos dependen del propósito cultural ya que según cómo se imbriquen los significados textuales, reconoceremos las pautas que identifican cada género.

En estos textos apreciamos que el hecho de escribir de forma objetiva sobre un tema técnico, en el cumplimiento del rol de divulgador tecnológico, es bastante coherente con la práctica periodística de la nota especializada. Por otra parte, también identificamos el género discursivo por la secuencia de etapas o pasos funcionalmente distintos a través de los cuales se desarrolla. En el texto 1, el divulgador nos hace pasar por las siguientes etapas: la captación de la atención del lector (*captatio benevolentiae*) que introduce el tema del correo basura; especificación del tema y las posibles soluciones al problema. En el texto 2, recorremos la ubicación de los antecedentes del tema, la introducción del término, la precisión del concepto y las posibles soluciones. En el primer caso el desplazamiento textual se produce por una organización secuencial lógica (introducción, desarrollo, conclusión). En el segundo, por una organización cronológica con avances y retrocesos secuenciales. A pesar de ser las dos, notas de divulgación (configuradas como temas de tapas) son muy diferentes, desde el punto de vista de sus procesos estructurales.

La teoría de los géneros sugiere que los textos que cumplen diferentes tareas en la cultura se desplegarán de maneras distintas, a través de diferentes etapas o pasos. Nuevamente esta relación entre el contexto y el texto se concibe como probabilística, y no como determinística: un interactuante que se proponga lograr

una meta cultural particular es más probable que inicie un texto de un género determinado, y también es más probable que ese texto se despliegue de un modo específico, pero la existencia de alternativas es inherente a la relación dialógica entre el lenguaje y el contexto. (Eggins y Martin 2000:343)

Si tomamos en cuenta la teoría de registro y género como una teoría de la variación funcional, es decir que explica de qué manera los textos son diferentes y las motivaciones contextuales de esas diferencias, debemos considerar el hecho de que esas diferencias pueden plantearse aún en textos que por su contexto situacional responden a un mismo género discursivo, como sería el caso de las notas analizadas.

### **3.6 A modo de conclusión**

En el capítulo precedente nos hemos aproximado al tema de tapa como género discursivo, por tal motivo hemos aludido a los aportes teóricos de autores como Mijail Bajtin (1999), Maingueneau (1987, 1996), Van Dijk (1990) y Eggins y Martin (2000).

Hemos revisado, por lo tanto, las condiciones específicas y el objeto de estudio correspondiente a las notas o temas de tapa de acuerdo a la temática que en éstos prevalece, así como el estilo verbal que los caracteriza, exhibido mediante los recursos teóricos y gramaticales y, además, acompañados de rasgos distintivos de composición y estructura.

Desde el punto de vista de su contenido temático hemos subdividido el *corpus* en cinco tipos de notas, las que se refieren a nuevos dispositivos, a Internet, a servicios, a herramientas y a integración.

Respecto de su estilo verbal reconocemos en los temas de tapa una serie de rasgos textuales que lo caracterizan: frecuentes apelaciones al locutario (representación textual del lector), marcas o indicadores enunciativos que presuponen competencias comunicativas por parte del enunciatario, uso de formas impersonales y desagentivación, incidencia del rol del divulgador en el enunciado, registros lexicales inapropiados en el campo tecnológico, entre otros.

La construcción de la estructura textual de dichas notas se ajusta, en la mayoría de los casos, a la pirámide invertida de la noticia periodística que coloca los datos respetando su orden jerárquico.

La descripción del *how* (cómo) tecnológico es lo que caracteriza las notas de divulgación, es decir, la explicación y argumentación sobre dispositivos, programas, herramientas y sistemas.

La característica genérica de los temas de tapa es el dialogismo y la polifonía. Advertimos la dimensión dialógica en la relación apelativa constante del locutor a su alocutario. Y, respecto de los elementos polifónicos, los reconocemos por la cantidad de voces que, en la mayoría de estas notas, intervienen en el discurso.

Por otra parte y desde el punto de vista de su objeto cultural, concluimos que la nota de tapa siempre posee un objeto cultural, llámese a este dispositivo, programa, servicio, herramienta, sistema, etc.

El retrato verbal de dicho objeto que, en definitiva, siempre es una innovación tecnológica por su ingreso en el mercado, es el conjunto de efectos de sentido configurados por el género discursivo, es decir, por el tema de tapa.

En cuanto a la relación que la nota tratada guarda con su soporte discursivo, especificamos que ésta depende no sólo de su importancia jerárquica respecto de otras notas de divulgación sino también, de su extensión y temática que inciden, además, de las circunstancias socioculturales y económicas que afectan al país, las normas editoriales y las nuevas publicaciones *on line*.

Por último, también abordamos en este capítulo las siguientes problemáticas: *ethos*, registro y género. En el primer caso porque la representación de la voz enunciativa remite a un profesional capacitado que despeja las dudas de su interlocutor y, por otra parte, configura un coenunciador atento, confiable, respaldado en la autoridad del enunciador. En el segundo y tercer casos porque el análisis del registro y género de los temas de tapa nos permitió reconocer las similitudes y diferencias existentes entre notas que poseían el mismo contenido temático y presentaban una estructura parecida pero que, sin embargo, diferían en el grado de formalidad del léxico utilizado, en la carga de actitud y, además, en el conocimiento sobre el que se apoya el divulgador para construir el artículo.

## Capítulo 4 - El juego de las macroestructuras

En este capítulo nos propusimos como juego estructural, de acuerdo a los conceptos emitidos por Teun Van Dijk (1975, 1978, 1990), reconocer, reconstruir y sistematizar los tópicos o temas, relacionando por este motivo, las macro, super y microestructuras que configuran la imbricación textual. La decisión de realizar este tipo de análisis se debe a que, en la etapa de observación y análisis del *corpus* nos preguntamos qué mecanismos y estrategias metodológicas serían apropiadas para abordarlo. Sabíamos que era necesario analizar los textos desde su totalidad porque, únicamente, de esta forma podíamos desentrañar su sentido. Por esta razón, recurrimos a la aplicación de la propiedad de coherencia que nos introduce en el análisis lineal (relaciones entre proposiciones) y global (relaciones entre estructuras semánticas o conjuntos completos de proposiciones).

Por otra parte, nos interesó el concepto de Gérard Genette (1989) sobre paratextos como una forma de transtextualidad porque esta conceptualización nos sirvió de apoyo para integrar, estructural y significativamente, las microestructuras con superestructuras y macroestructuras.<sup>61</sup> No debemos olvidar que los temas de tapa como género discursivo articulan en su construcción diversos paratextos que representan síntesis de mayor o menor extensión condensatorias del sentido textual. Los títulos y los subtítulos (bajada, volante y cintillo) constituyen resúmenes de la microestructura del texto.

### 4.1. Tópicos o macroestructuras globales

Según Van Dijk para realizar el análisis de contenido de un texto debemos partir de su conjunto, entendiendo de este modo al texto como una unidad global.<sup>62</sup> El análisis

---

<sup>61</sup> Gérard Genette (1989) en *Palimpsestos. La Literatura en segundo grado* opina que el paratexto es una de las formas de transtextualidad.

“El segundo tipo está por la relación, generalmente menos explícita y más distante que, en el todo formado por una obra literaria, el texto propiamente dicho mantiene con lo que sólo podemos nombrar como su paratexto: título, subtítulo, intertítulos, prefacios, epílogos, advertencias, prólogos, etc; notas al margen, a pie de página, finales; epígrafes; ilustraciones; fajas; sobrecubiertas, y muchos otros tipos de señales accesorias, autógrafas o alógrafas, que procuran un entorno (variable) al texto y a veces un comentario oficial u oficioso del que el lector más purista y menos tendente a la erudición externa no puede siempre disponer tan fácilmente como lo desearía y lo pretende.” (Genette, 1989:11)

<sup>62</sup> La coherencia es la propiedad textual que nos posibilita, de acuerdo a ciertas marcas de la superficie del texto, seleccionar la información (relevante – irrelevante) y organizar la estructura comunicativa ajustándola a determinadas pautas. Dicha propiedad permite considerar el texto como un todo.

discursivo de las “unidades globales” requiere una investigación macrosemántica y otra macrosintáctica que permitan explicar los significados y esquemas o formas globales del discurso. Por tal causa, en vez de analizar la oración y sus componentes como unidades aisladas, debemos recurrir a unidades superiores de contenido a las que Van Dijk denomina macroestructuras.

Hay también estructuras semánticas de una naturaleza más global, no para ser caracterizadas directamente por (relaciones entre) proposiciones individuales, sino en términos de **conjuntos** de proposiciones, secuencias completas y ciertas operaciones sobre conjuntos y secuencias de un discurso. Estas **macroestructuras** determinan la coherencia **global** o de conjunto de un discurso y están determinadas en sí mismas por la coherencia lineal de la secuencia. (Van Dijk, 1990:150)

Van Dijk llama macroestructura global o de conjunto a la proposición subyacente que representa el tema o tópico de un texto y que constituye la síntesis de su contenido. El tema o tópico pertenece al macronivel global de la descripción del discurso.

En este sentido, utiliza el modelo de la lógica proposicional, aplicado al campo semántico, para explicar la macroestructura. Dicho paradigma articula el contenido discursivo en predicado y argumentos. Toma en cuenta el conjunto textual y considera como hipótesis que en toda unidad textual, existen dos niveles, uno que representa las macroproposiciones (MP), al que llama global y otro, representado en las microproposiciones, denominado local (mp). Las primeras se derivan de conjuntos de las segundas que, relacionadas entre sí, manifiestan una unidad significativa. Muchas veces las macroproposiciones son implícitas, derivándose del contenido explícito de las microproposiciones o de los conocimientos implícitos asociados a ellas (saberes histórico-culturales, saberes enciclopédicos, etc). La organización textual respeta una jerarquía macro y microproposicional. En el caso de la primera, la macroproposición de nivel más alto coincide con la macroestructura textual, que “contribuye de una manera sustancial a dotar de coherencia al texto en su conjunto, porque es una representación del tema general que vertebra la unidad comunicativa”. (Calsamiglia y Tusón, 1999:224)

---

Van Dijk distingue entre **coherencia lineal** o de secuencias que se obtiene mediante la relación entre proposiciones del texto y **coherencia global** o de conjuntos en la que la vinculación se establece entre proposiciones y conjuntos macroproposicionales. (Van Dijk, 1975)



Las macroproposiciones, tienen estrecha relación con aquellas unidades formales del texto escrito, por ejemplo, los titulares y subtulares aunque no necesariamente concuerdan con ellos exactamente. Sin embargo, hay ciertas disposiciones externas al texto que inciden para que la información vertida en él sea interpretada correctamente. Estas disposiciones son: puntuación, separación entre líneas, subrayado y tipografía. Mientras que en los discursos orales, las pistas contextualizadoras a tener en cuenta son la prosodia, los indicadores paraverbales y extraverbales. Tanto los primeros como los segundos cumplen la función de relacionar y organizar la información. (Calsamiglia y Tusón, 1999)

El tópico o tema de un texto es una macroproposición subjetiva que se traspa a las secuencias de las oraciones mediante macroprocesos (reglas, estrategias) sobre la base del conocimiento general del mundo y de las creencias e intereses personales. Un tema de este tipo es parte de una estructura jerárquica, ya sea programática o temática, denominada macroestructura semántica. Esta macroestructura puede expresarse mediante un resumen o la información más importante.

En el caso de las notas de divulgación, éstas presentan un caso distinto de coherencia global respecto de otros textos impresos ya que sus tópicos o temas se organizan, se realizan, se expresan o se señalan de un modo específico. Por ejemplo, cuando dichos tópicos o temas se exhiben como titulares y actúan aparentemente como resúmenes de ellas. Además, el titular expresa una macroproposición que, para deducirla de su contenido textual, debe eliminar la información de acuerdo con las **macrorreglas**.<sup>63</sup> Por otra parte, “la información puede subsumirse mediante una macroproposición únicamente si se refiere a las condiciones o componentes normales del macrosuceso”. (Van Dijk, 1990:59)

---

<sup>63</sup> Las macrorreglas son “reglas de proyección semántica o transformaciones que relacionan proposiciones de nivel más bajo con macro proposiciones de nivel más alto; esto significa que los asuntos o temas derivan de los significados de un texto a través de este resumen de macrorreglas. Estas reglas definen el resultado final, el núcleo, la información más importante y, por lo tanto, el tema o asunto para cada secuencia de proposiciones de un texto, por ejemplo las de un párrafo”. (Teun Van Dijk, 1990:56)  
Las macrorreglas son operaciones de:

- a) Impresión de la información no relevante, por ejemplo la siguiente serie enunciativa: “Vino el cadete, tocó el timbre, esperó que le abriesen, subió la escalera, entregó el pedido”, puede transformarse en: “Vino el cadete, entregó el pedido”.
- b) Reemplazo de los datos informativos por una generalización, por ejemplo: “Marisa estudia para su examen, Juan realiza cálculos de matemática, Soledad corrige unos apuntes de la clase de Biología”, lo reemplazamos por: “Todos estudian”.
- c) Construcción de un suceso total que contenga la información, por ejemplo, el encadenamiento enunciativo “Fui al aeropuerto, presenté el pasaje, dejé mi valija en la cinta transportadora, me encaminé a la puerta para abordar”, lo transformamos en “Viajé en avión”.

En el siguiente caso, en un tema de tapa titulado **“Convertite en el editor de tus propias películas hogareñas”** (nota correspondiente al 13 de noviembre del 2002) el enunciador explica al enunciatario cómo editar y mejorar las propias filmaciones en la computadora. También, se explaya en las herramientas indispensables para convertirse en un director de edición y la necesidad de tener en claro, cuál es el dispositivo de uso mediante el que se ingresarán las imágenes a la computadora. Además, expone sobre la distinta calidad de las placas para llevar las imágenes desde las videocámaras a las PC e informa sobre cuáles son los programas o *software* más fáciles de usar. Todos los comentarios anteriormente señalados pueden subsumirse en el tópico “cómo realizar películas en el hogar”. Paralelamente, el título “Convertite en el editor de tus propias películas hogareñas”, como la volanta “La PC se transforma en una isla de edición” y la bajada que los acompaña “Cómo armar un buen video con la filmaciones de casa. Las mejores placas para llevar las imágenes desde la videocámara a la computadora. Cómo son los *software* más fáciles de usar. Consejos para no equivocarse” son macroproposiciones obtenidas por macroreglas de cada uno de los apartados del texto. También, el suceso periodístico puede presentar una información que no quede subsumida por el tema principal, sino que sea subtema independiente. Por ejemplo, en “Web y televisión: el romance del siglo”, título de la nota publicada el 15 de octubre de 1997, cuyo autor es Ricardo Braginski, la macroestructura textual apunta a la relación entre Internet y la televisión interactiva pero, el subtema se refiere exclusivamente a las posibilidades que ofrecen las nuevas tecnologías de comunicación por su velocidad debido al ancho de sus bandas.

Por último, una parte de la información implicada o presupuesta puede suprimirse o subsumirse mediante la referencia a sucesos informativos anteriores o temas de informes periodísticos previos. (Van Dijk, 1990) Ejemplo: La nota titulada “1997: el año en que se inauguró la aldea global”, subsume información de notas del suplemento Clarín Informática sobre Internet que se publicaron con anterioridad a esta fecha. Además, todas las noticias que constituyen el corpus reformulan material discursivo de informes tecnológicos.<sup>64</sup>

---

<sup>64</sup> El tema de tapa citado correspondiente también a Braginski subsume material de noticias de divulgación previas al 24 de diciembre en que la primera fuese publicada, por ejemplo, las aparecidas con fechas 15/10; 5/11 y 12/11 de 1997, respectivamente. En todas éstas se trata el tema de Internet.

## 4.2 Análisis semántico-textual de macroestructuras

En este apartado analizamos los tópicos o macroestructuras globales de cuatro notas de tapa correspondientes al año 1997 porque, como lo explicáramos anteriormente en el capítulo primero, este año es crucial desde el punto de vista tecnológico, tan es así que se lo denomina “Año de las telecomunicaciones”. Durante su transcurso, Internet se convierte en figura estelar en el universo telecomunicacional. Desde la perspectiva del discurso de divulgación científica-tecnológica es importante porque el Suplemento Clarín INFORMÁTICA, llena un vacío respecto de esta práctica discursiva. Sus números semanales muchas veces giran alrededor del tema Internet pero, comprenden, además, otros temas porque como el uso de la computadora no se había masificado como en la actualidad, existía desinformación en el público sobre este nuevo conocimiento. Por esta causa, abundan las notas de tapa que divulgan dispositivos, sistemas, programas, servicios, etc., que le permiten al público, potencial cliente de estas tecnologías, aprovechar el uso de la PC al máximo y correctamente.<sup>65</sup>

### 4.2.1 Títulos y Sobretitulares

En esta primera etapa de nuestro análisis, como lo adelantáramos en el apartado “Indicaciones sobre el corpus y plan de análisis”, seleccionamos las siguientes notas: “Vía escáner y directo a la computadora”; “Las compus crecen”; “Web y televisión: el romance del siglo”; “1997: el año en que se inauguró la aldea global”. En cada uno de estos temas de tapa pueden reconocerse varios componentes estructurales: el título que, en su mayoría se desdobra en el título propio de la nota y otro, que denominaremos sobretitular, título-gancho o título publicitario, enunciado breve y sintético que aparece en la tapa. En las notas analizadas, esos títulos-ganchos son los siguientes, en orden

---

<sup>65</sup> Hasta el año 1996, el uso de la computadora y el acceso al mundo tecnológico globalizado, era una actividad de expertos o semiexpertos en Informática. A partir de ese año si bien no se expande como en la actualidad el uso de la computadora, se incrementa bastante su utilización. Así lo demuestra la siguiente cita:

“[...]con una computadora cómodamente instalada en el hogar, se puede conversar con cualquier lugar del mundo, vía teclado, por voz, e incluso por **videoconferencia**. Sin pagar demasiado dinero y de una manera cada vez más sencilla, se puede hallar cualquier tipo de información y **hasta trabajar a distancia**: desde la casa o desde un café. Este año **la computadora ganó terreno en los hogares** y se convirtió en un virtual **centro de comunicaciones**. Estimuladas por las ilimitadas posibilidades, durante 1997 se vendieron más de **240.000 nuevas computadoras** (entre PC de escritorio y notebooks). Más de 60.000 fueron directamente al cuarto de los chicos o al living (haciendo juego con el televisor)”. (Braginski, 1997c:2)

Las negritas aparecen en el texto original.

cronológico de publicación: “Todos los usos del escáner”; “Cómo tener una compu con más potencia”; “Todo lo que se viene en INTERNET”; “1997, el año de INTERNET”.

Toda operación de reducción textual se basa en una jerarquía organizacional de acuerdo a su grado de relevancia. Por ejemplo, en un texto periodístico, el título de la nota enuncia sintéticamente lo más importante, lo que no puede quedar afuera. Él o los datos relevantes que se relacionan fundamentalmente con el contenido global del texto y, que constituyen la macroestructura global, tópico o tema. Charolles (1991) señala que tales operaciones exigen en buena medida un análisis consciente del texto que se establece entre sus unidades informativas. Para descubrir su pertenencia es necesario que sepamos si las relaciones existentes entre estas unidades informativas son de causa, de consecuencia, de contraste, etc.<sup>66</sup>

También debemos tomar en cuenta si estas unidades informativas, surgen o nacen de la reformulación del texto-fuente. Este procedimiento discursivo se utiliza frecuentemente en el discurso de divulgación y, por ende, aparece en las notas periodísticas que se construyen sobre la base de tal discurso. En estas notas observamos que títulos, subtítulos, bajadas, etc., no están exentos de él.<sup>67</sup>

Anteriormente dijimos, basándonos en Van Dijk (1975) que la coherencia implicaba un ordenamiento jerárquico de macro-estructuras localizadas o macro-estructuras globales que suponen el tópico del discurso. Pero que la relación de coherencia que se establecía entre los distintos niveles de la jerarquía organizacional no era una suma o adición proposicional sino que dependía de la proyección semántica que se le otorgue al todo textual. Por ejemplo, el título es una reducción en el que se ha perdido información innecesaria mediante la operación de reducción pero conserva el sentido global del texto. Tanto éste como la volanta y la bajada ofrecen un resumen del texto, son por lo tanto muestras de tópicos o temas textuales.

Si leemos los títulos de las notas o temas de tapa clasificados para nuestro análisis nos encontramos que en ninguno de ellos se menciona explícitamente las palabras “Internet”, “dispositivos” o “servicios”, sin embargo estos vocablos integran el tópico “Internet, los nuevos dispositivos y servicios”, elegido para el año 1997, este

---

<sup>66</sup> Véase Charolles, Michel. (1991) “Le résumé de texte scolaire. Fonctions et principes d’elaboration », *Practiques* 72, 7-32, citado por Calsamiglia y Tusón, 1999:224.

<sup>67</sup> La **reformulación** es una estrategia discursiva explicativa que consiste en aclarar mediante un enunciado posterior un segmento anterior del texto, también se la utiliza para añadir información sobre él. En los textos de divulgación esta estrategia se utiliza con frecuencia por la necesidad de adaptar textos complejos a la comprensión del público no experto. (Dominique Maingueneau, 1996)

tópico se aplica también a las notas correspondientes a 1999 y 2002, implícitamente todos los títulos de las notas se refieren a ellos. Por ejemplo:

a) Con fecha 24 de setiembre se publica una noticia de divulgación titulada “Vía escáner y directo a la computadora”, su autor es Ricardo Braginski. Dicho título sugiere mediante las palabras “vía” y “escáner” la idea de dispositivo como mecanismo de articulación, como intermediación entre dos elementos<sup>68</sup>. En este caso, las palabras “vía” y “escáner” poseen doble sentido, “vía” remarca la idea de medio o acceso, de intermediación entre la computadora y la persona que maneja el “escáner”, mientras que el vocablo “escáner” alude a la finalidad que posee el producto (sirve para copiar imágenes, textos, etc) y, por otra parte, apunta al sentido de dispositivo, a la función que, como elemento periférico debe cumplir, es decir, la articulación de diferentes componentes.

El tópico del dispositivo no se aprecia en la tapa del Suplemento Informática, en el título publicitario o título-gancho “Todos los usos del escáner” sin embargo, está implícito en la frase “Todos los usos” que incluye la noción anteriormente vista. Este título colocado estratégicamente al final de la página (soporte papel) que representa una imagen a color donde se destaca la figura del escáner, está construido en dos tamaños de letras de idéntico color naranja, la de menor dimensión reproduce la frase anteriormente citada y la más grande reproduce la palabra “escáner” en signos de imprenta mayúsculas. Como observamos en la página siguiente:

---

<sup>68</sup> Con la palabra dispositivo, María Moliner (1997) en su *Diccionario de uso del Español*, alude desde un punto de vista lexicográfico al “artificio” o conjunto de cosas combinadas que se utiliza para hacer o facilitar un trabajo o una función especial (Moliner, 1997, 1020). Desde esa misma perspectiva en el *Diccionario de la Real Academia Española* (D.R.A, 2000, 403), lo define como el “mecanismo o artificio dispuesto para producir una acción prevista”. De las dos definiciones precedentes podemos inferir que la finalidad del dispositivo es obtener un resultado. Los esfuerzos de los investigadores de limitar y comprender la noción de dispositivo y sus aplicaciones parten desde este acercamiento instrumental o de herramienta técnica hasta apreciaciones significativas y simbólicas de diferentes campos del saber cognitivo. Véase las posiciones de André Bertin (1999). “Dispositif, Mediation, créativité: petit Généalogie”. *Hermes* 25, Paris: CNRS, 3747, Deleuze, G (1990): ¿Qué es un dispositivo?. AAVV, Michel Foucault, Filósofo, Barcelona: Gedisa; Anne Marie Duguet (1988) “Dispositifs”. *Communications* 48 Video, 221-241; J.P.Meunier (1999) “Dispositifs et theorie de la communication”, op.cit. 41-57; H. Peters y P. Charlier (1999) “Contributions à una theorie du dispositifs”. Op.cit 55-70; Oscar Traversa (1998) “Aproximaciones a la noción de dispositivo” *Signo y seña*, N°12, Buenos Aires, F.F y L, UBA 2001, 1-16; P.Verhaegen (1999) “Le dispositif techno-sémiotiques: signes u objet”. op.cit. 56-75.

# I NFORMATICA

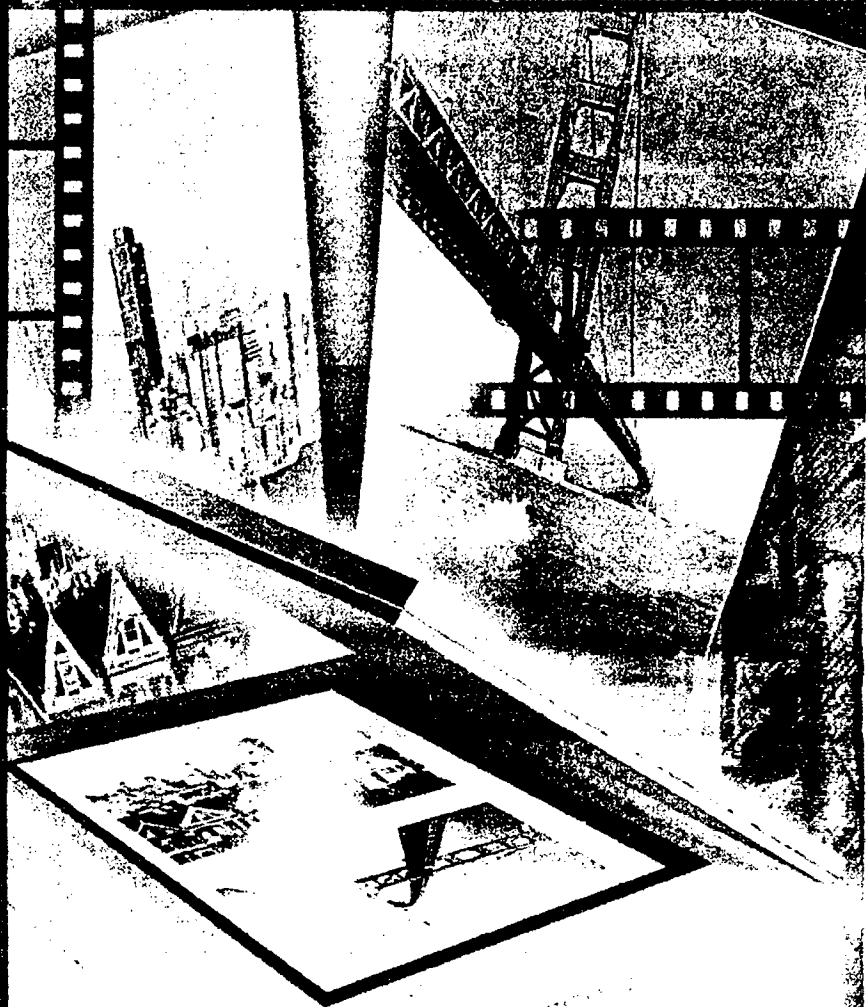
## INTERNET



### Controle su gasto al conectar el módem

Un programa llamado Online Meter permite controlar cuánto tiempo está conectado el módem a la línea telefónica y, por lo tanto, saber cuál es el gasto en pulsos. Así se pueden registrar los tiempos de acceso a Internet y también, el uso del módem como fax. Softwares de este tipo evitan la molesta tarea de anotar cada vez que uno se conecta a Internet. Y proveen de una serie de herramientas que son de gran ayuda para disminuir costos.

Página 12



# TODOS LOS USOS DEL ESCANER

Sirve para digitalizar imágenes y pasar textos a bits. Modelos, marcas y precios para la oficina y el hogar.

La macroestructura “Nuevos dispositivos”, desde el punto de vista de su jerarquía organizacional es de mayor amplitud que la señalada por el título propiamente dicho del artículo “Todos los usos del scanner” pero, estaría por debajo de la macroestructura global que elegimos para las cuatro noticias “Internet, nuevos dispositivos y servicios”.

b) El primero de octubre del mismo año se publica un texto de Dardo Villafañe, titulado “Las compus crecen”. Al igual que en el caso anterior, no reconocemos mediante la lectura ninguna explicitación del tópico textual o tema mencionado, sin embargo, en dicho enunciado hay marcas del tópico en cuestión. En primer lugar, el uso del artículo “las”, índice de generalidad; en segundo lugar, la palabra “compus”, registro informal y juvenil en reemplazo del vocablo completo computadoras. Además, el verbo “crecer” en tercera persona plural del presente de indicativo. Con la utilización de este verbo, el enunciador personifica a las computadoras otorgándoles propiedades naturales o biológicas que ellas no poseen y, sumado a esto, comunica el avance de las innovaciones tecnológicas en el mundo de la Informática, porque focaliza la acción en el objeto “computadora”, producto de la nota.

El sobretitular o título publicitario, exhibe un juego articulatorio entre imagen y texto. El enunciado “Cómo tener una compu con más POTENCIA”, se destaca a final de página sobreimpresa respecto de la imagen en letras azules de dos tamaños, como el caso de la titulación anteriormente analizada. En dicho sintagma la palabra “potencia” resalta entre las demás por sus caracteres de grandes dimensiones. Desde el punto de vista semántico dicha designación es el núcleo significativo de la nota, por lo que también se constituye en una macroestructura aunque ésta es de menor abstracción que la global.

c) Las notas tercera y cuarta, introducen el tema de Internet; ambas pertenecen al autor citado, Ricardo Braginski. La primera de ellas, fechada el 15 de octubre de 1997, se titula “Web y televisión: el romance del siglo”. El título personifica mediante la palabra “romance” el vínculo entre redes. Como en los dos casos anteriores, la palabra “Internet”, no se encuentra en él, aunque sí alude a la *Web* (red) sinónimo de dicha sigla. Sin embargo, en el sobretitular sí se menciona y se destaca con letras impresas mayúsculas. Como es característico del Suplemento, el título publicitario se muestra sobreimpreso en la imagen de tapa.

En este sobretitular “Todo lo que se viene en INTERNET”, aunque la palabra “Todo” engloba el tema del artículo, no menciona explícitamente los elementos básicos de la nota, es decir, la unión de la red de redes que es Internet con la televisión, “Internet televisiva” o como también se la denomina, “televisión interactiva”.

d) Por último, el 24 de diciembre de ese año, se publica la cuarta nota de tapa que hemos seleccionado. El título “1997: el año en que se inauguró la aldea global”, convoca a Internet, implícitamente, al centro de la escena como red de redes, eje de un movimiento tecnológico y cultural que trasciende los límites de los fanáticos de la Informática para sumar día a día mayor cantidad de adeptos.

Cuarenta millones de nuevos internautas se incorporaron a Internet en 1997, lo que incrementó la cantidad de usuarios a noventa millones, de los cuales, sesenta mil correspondían a Argentina, según las estadísticas de la consultora Internacional Nova. (Braginski, 1997c:2)

El sobretitular también introduce, en primer lugar, el año 1997. Al destacar la fecha en la titulación, se alude a los hechos sucedidos durante su transcurso. El título y su sobretitular muestran de esta manera su característica de síntesis anual. Por otra parte, en el enunciado “1997: el Año de INTERNET” (que funciona como título publicitario) se destaca la palabra “INTERNET”. El enunciador no habla del “Año de las Telecomunicaciones” como verdaderamente se designa a 1997 sino que lo enuncia como el año de Internet, otorgándole así mayor importancia a la red interactiva y desplazando el resto de las telecomunicaciones.

#### **4.2.2 Otros elementos de titulación**

Los títulos de las notas periodísticas generalmente aparecen acompañados de otros elementos de titulación que también constituyen resúmenes, tópicos secundarios o macroestructuras semánticas de menor jerarquía. Estos pueden ubicarse por arriba o por debajo del título principal y su función es completar los datos de la titulación o del encabezamiento. Además pueden o no coincidir con el tópico discursivo o tema textual. El hablante posee la capacidad que le permite inferir el tema del discurso, interpretar las relaciones significativas generales en los textos y producir otro texto que guarde relaciones con el texto original, por ejemplo, realizando un resumen de éste.



Uno de los términos que pretende aclarar la macroestructura, es el concepto de tema de un texto o tema del discurso (topic of discourse o topic of conversation). Hemos de poner en claro aquella capacidad esencial de un hablante que le permite contestar preguntas como ‘¿de qué se habló?’, ‘¿cúal fue el objeto de la conversación?’, incluso en textos largos y complicados. Un hablante también puede contestar cuando el tema o el objeto en sí no se mencionan total y explícitamente en el texto. Por lo tanto debe deducir el tema a partir del texto. Las macroreglas son, pues, la reconstrucción formal de esta “deducción” de un tema, con lo cual el tema del texto es exactamente lo mismo que lo que hemos llamado macroestructura, o una parte de ella. Además de que entiendan e interpreten relaciones de significado generales en los textos y de que deduzcan uno o varios temas de un texto, los hablantes son capaces de hacer un resumen del texto, es decir, producir otro texto que guarde relaciones muy especiales con el texto original, puesto que reproduce brevemente su contenido [...]. (Van Dijk, 1978:58)

En el material analizado existen **variables** de titulación que debemos tomar en cuenta porque ellas no sólo resumen el texto sino que muchas veces se manifiestan como elementos dependientes del tópico principal o como tópicos discursivos secundarios. Estos elementos son la **volanta** (segundo elemento de información por encima del título); la **bajada** (se ubica por debajo del título y relata en dos o tres líneas, de forma resumida, la nota); el **cintillo** (tópico genérico que define un tema que continúa en el tiempo, se ubica por encima de la volanta y se lo destaca gráficamente por un recuadro y el uso de letras blancas que contrastan sobre un fondo negro).

El análisis de la titulación en los cuatro artículos divulgativos del *corpus*, publicados en 1997, especifica:

#### **Cintillos:**

En todas las notas aparecen sobre la primera columna del artículo, en el margen izquierdo superior, enmarcados en recuadros con fondo negro, en el que se destacan letras blancas, como aclarásemos anteriormente. En los cuatro casos el tópico genérico es el enunciado “Tema de tapa”.

#### **Volantas:**

*Nota de tapa 1:* “Ideas para aprovecharlos en la casa y en la oficina”. Esta volanta está conectada con el tópico discursivo “Internet, nuevos dispositivos y servicios”, mediante la bajada que resume brevemente el uso de los escáneres e introduce en la secuencia lineal la palabra “equipos”, generalización por macrorregla de escáner en plural. A su vez, el subtítulo “Ideas para

aprovecharlos en la casa y en la oficina” actúa como tópico secundario ya que se relaciona con la proposición del título publicitario “Todos los usos del escáner” y, constituye una macroestructura global de la noticia.

*Nota de tapa 2:* “Guía breve para actualizar la PC”, por medio de este enunciado se amplía o se esclarece el título. Antepuesto a él (como lo dijéramos anteriormente), permite introducir en este caso información sobre la finalidad de la nota: ser una guía o instructivo de actualización del uso de la computadora. Si bien el enunciado manifiesta explícitamente el tópico secundario de guía o instructivo de actualización, dicho tópico encubre otra finalidad subyacente que sí se representa en la nota, el asesoramiento sobre nuevos modelos de computadoras, microprocesadores, discos rígidos, etc. El tópico secundario de guía se relaciona con la macroestructura global de “Internet, nuevos dispositivos y servicios” y las bajadas, tanto de la nota de tapa como la que acompaña al sobretitular. En el primer caso, y respecto de “Internet, los nuevos dispositivos y servicios” lo hace porque resume información sobre la posibilidad de procesos de conexión de los anteriores modelos de computadoras e Internet y recomendaciones sobre transformaciones y cambios de distintos dispositivos. En el segundo caso, su relación con las dos bajadas, tanto la que acompaña al título como la que se muestra pospuesta al sobretitular, se basan en el uso de los interrogativos “qué”, “cuál” y “cómo”, en primer término y, en el vocablo “todo” en el segundo. Tanto unos como otros introducen los diferentes enunciados. Retomaremos el uso de los interrogativos y adverbios, al tratar el subtema *Bajadas*.

*Nota de tapa 3:* La volanta de la tercera noticia “Como será la Internet en los próximos años”, reproduce el tópico discursivo de la nota que se basa en la relación de la televisión e Internet. A su vez está conectado con el tópico secundario “personalización” que identifica el futuro de la red de redes. Además se conecta con el sintagma del sobretitular “Todo lo que se viene en Internet” y con las dos bajadas o resúmenes de mayor extensión.

*Nota de tapa 4:* “La INTERNET, en el centro de la escena”, esta volanta además de representar la síntesis textual de muchas de las notas de tapa de este año,

consolida con el enunciado “en el centro de la escena” el verdadero lugar que ocupa el tema de Internet entre el material discursivo del suplemento. Como en los casos anteriores, ocupa un nivel superior como macroestructura en la jerarquía organizacional y está estrechamente vinculada tanto con el título como con el sobretitular y las bajadas.

### **Bajadas:**

En ellas, como ya lo explicáramos con anterioridad, se resume brevemente en dos o tres líneas la noticia y, algunas veces, las circunstancias que la motivaron. En los artículos de divulgación del suplemento pertenecientes a 1997, las bajadas ofrecen bastante información sobre los textos. Desde el punto de vista de las macroestructuras se constituyen como tales al construirse como resúmenes del material discursivo.

*Tema de tapa N°1:* “Los equipos sirven para digitalizar textos e imágenes. Se los puede usar como fotocopidora y como fax. Recomendaciones para comprar bien”.

Esta bajada está integrada por tres secuencias enunciativas relacionadas entre sí (coherencia local). La primera proposición introduce en el discurso el tema de la función que cumplen los equipos: “sirven para digitalizar textos e imágenes”. Es coherente con la segunda, en tanto ambas poseen una especificación de la funcionalidad de los escáneres o equipos; por otra parte, la segunda proposición mantiene con la primera una relación de dependencia respecto de esta última. Mientras que la tercera si bien alude al tópico secundario “equipos” mantiene distancia respecto de la funcionalidad y establece como condiciones para la compra el tópico “recomendaciones”. Asimismo, el ítem analizado está conectado a la macroestructura global “Internet, nuevos dispositivos y servicios” y aporta datos relevantes que complementan el titular y el sobretitular. Paralelamente se articula a la bajada de este último, paráfrasis del primero. Sin embargo, la bajada del sobretitular aclara en la segunda proposición otros datos relevantes de la nota, “modelos, marcas y precios” y el espacio físico en que los diferentes equipos pueden utilizarse: “la oficina y el hogar”.

*Tema de tapa N°2*: “Qué hay que pensar antes de renovar el hard y el soft de las máquinas. Cuáles son los dispositivos que las hacen más potentes. Precios y recomendaciones”.

Como en el ejemplo anterior, nos encontramos internamente con un caso de coherencia local, representado por tres proposiciones conectadas semánticamente entre sí pero, externamente, desde el punto de vista de la jerarquía organizacional del artículo en su totalidad, constituye una macroestructura de segundo nivel.

El enunciador introduce la bajada con un “qué” enfático. Este interrogante se transforma en una apelación reflexiva sobre los elementos necesarios que deben tomarse en cuenta a la hora de adquirir el producto. Dicho enunciador se dirige a un destinatario no experto en este campo de acción. Él se exhibe, además, sin identificación de sujeto hablante mediante la construcción impersonal asertiva en tercera persona singular y el uso de los infinitivos pensar y renovar que refuerzan la marca enunciativa de la “no persona”. Desde el punto de vista de las macroestructuras semánticas, estas formas enunciativas son importantes porque determinan un pronunciado distanciamiento entre el enunciador y el tema o tópico del texto. La distancia lograda responde a los índices de imparcialidad o neutralidad exigidos en el campo científico-tecnológico sobre el comentario discursivo. Desde la perspectiva léxical, se vale de términos ingleses como *hard* (equipos, herramientas) y *soft* (programas) con los que reenvía al lector a reflexionar o renovar sus conocimientos sobre Informática.

En la segunda proposición emplea el pronombre “cuáles”, enfáticamente y lo asocia al vocablo “dispositivos”. No olvidemos que el significado de dicho vocablo actúa como parte integrante de la macroestructura global y, por añadidura, en el texto, se constituye en el proceso de cambio o transformación, en uno de los tópicos secundarios.

Por último, en la tercera proposición, el sintagma “Precios y Recomendaciones” indica que el discurso de divulgación científica-tecnológica no posee un sentido puro porque, además de transmitir conocimiento informático conlleva una finalidad de asesoramiento comercial.

Si nosotros analizamos, a su vez, la bajada del sobretitular o título-gancho, “Todo lo necesario para mejorar el funcionamiento del equipo. Qué hacer para que el soft rinda más” notamos que ésta en sus dos proposiciones reitera los

datos relevantes de los tres enunciados comentados anteriormente pero, al mismo tiempo, revela en su escritura un mayor grado de abstracción porque el locutor introduce el resumen con el adverbio “todo” que generaliza y engloba a los elementos pertinentes. Además, el uso de “todo” es marca de cantidad y “lo”, un signo neutro, ambos seguidos del subjetivema “necesario” enfatizan pero, a su vez, despliegan la acción cognitiva. El resto de la proposición especifica la funcionalidad del objeto tratado mientras que la segunda construcción centraliza únicamente un tema, “recomendaciones” para el uso del *soft* o programa.

*Tema de tapa N°3*: Los dos ejemplos de bajadas examinadas precedentemente refieren a la segunda parte del tópico discursivo, es decir, a los “nuevos dispositivos y servicios”; la pertinente a esta nota de tapa corresponde al tema de “Internet” interactuando con la televisión: “La red de redes se acerca a la TV. Habrá canales con información personalizada. Módem mucho más veloces para navegar en tres dimensiones”.

Como en las dos macroestructuras anteriores, esta nueva está configurada por tres enunciados proposicionales cohesionados entre sí mediante coherencia local por relaciones funcionales de especificidad de la información. En la primera proposición se alude a “Internet” designándola como “red de redes”, alusión al grado máximo en telecomunicaciones, además se le confiere una dimensión espacial - distancia respecto de la TV-. En la segunda y tercera se habla de posibles sucesos futuros en tecnología (canales personalizados y *módem* para navegar en tres dimensiones). Tanto los canales como los *módems* son dispositivos o mecanismos de articulación dentro de los sistemas de la televisión o de la computadora (Segunda parte de la macroestructura global “Internet, los nuevos dispositivos y servicios”).

El resumen textual o bajada observado difiere de los casos anteriores porque aunque guarda coherencia con el título, sobretitular y volanta, mediante la representación “red de redes” y la mención explícita de Internet que aparece en los tres últimos, no revela menor grado de abstracción respecto de la bajada del sobretitular.

En esta nota, el texto de la bajada guarda similitudes con el antiguo copete aunque se desarrolla en tres proposiciones que resumen el material discursivo.

Como en los ejemplos previos, posee mayor número de palabras que aluden a acciones concretas por parte del usuario: “Será posible conectarse a través del televisor. Y, desde casa, directo con el satélite: todo será más veloz. Cómo se multiplicarán los servicios a medida de cada usuario”. (Van Dijk, 1990:56) Aunque las diferentes aserciones, contundentes y directas, si bien parecieran conferir precisión al resumen textual y responder a los modelos de macrorreglas de omisión, selección, generalización y construcción respecto del texto, no abarcan todo el tema sino que representan pequeños fragmentos de él.

*Tema de tapa N°4:* “Con una PC y un módem es posible conectarse con cualquier lugar del mundo. Bajan los precios y todo se hace más fácil. Las nuevas tecnologías” En este postítulo notamos que el divulgador consigna únicamente la información estrictamente necesaria, indicando hechos objetivos. Las tres proposiciones de la bajada que examinamos establecen unidades temáticas: “Utilitarios y conexión”. “Precios y herramientas que facilitan la navegación”. “Nuevas tecnologías”. La tercera proposición marca una inflexión en el resumen textual porque además de ser más escueta que las anteriores observamos que, a diferencia de las otras, el punto de vista semántico, introduce la idea de sucesos a futuro aunque la recorta o la limita con la palabra tecnología.

La relación de coherencia de las proposiciones con la macroestructura global está dada por el enunciado “Es posible conectarse con cualquier lugar del mundo” que implícitamente alude a Internet y que señala o adelanta cómo se da esta posibilidad. Por otra parte, la primera y la segunda proposiciones, se conectan primero entre sí, después con el título de la nota y, por último, con la macroestructura global porque no suponen una relación de condición/consecuencia sino una predicción o expectativa que funciona como un resumen conclusivo de la información textual.

Respecto de su relación de coherencia con el sobretítular “1997: el año de Internet” y la bajada de éste “Crece sin pausa el número de computadoras conectadas. Los nuevos navegadores. El módem 56K, el cablemódem y los chips ultrarrápidos. Bajan los costos de conexión”, los subtítulos se subsumen implícitamente en la macroestructura global porque destacan el uso de los nuevos servicios y dispositivos para la conexión a la red.

### 4.2.3 Esquema estructural básico de la nota de tapa y los tópicos secundarios

Cuando abordamos la lectura de las distintas notas de tapa del discurso seleccionado como *corpus*, apreciamos que ellas formaban parte de una totalidad genérica (Bajtín, 1999) o superestructural (Van Dijk, 1975). Dichas notas presentaban un esquema o estructura típica cercana a la conformada por el discurso científico, los artículos periodísticos, las conferencias, etc., que poseen una forma convencional, una categoría de expresión que a menudo toma las características de un esquema argumentativo: un número de premisas seguidas de una conclusión. (Van Dijk, 1990:78)

En el apartado “Categorías del esquema periodístico”, al tratar el subtema de “Resumen: titular y encabezamiento” en el texto “La noticia como discurso. Comprensión, estructura y producción de la información”, Van Dijk observa que algunas categorías del discurso se imponen por ellas mismas y da como ejemplo el hecho de que cada *ítem* informativo de la prensa tiene, por ejemplo, un titular y, además, muchos tienen un encabezamiento. La “regla elemental” a la que responden, es que el titular precede al encabezamiento y juntos se antepone al resto del texto informativo. Los dos cumplen como función estructural cubrir la categoría de resumen porque tanto el titular como el encabezamiento sintetizan el texto periodístico y expresan la macroestructura semántica. Cuando Van Dijk habla macroproposicionalmente de encabezamiento se refiere a categorías formales que no deben confundirse con el titular o encabezamiento reales o físicos de los artículos o notas (título, volanta, bajada, etc.), enunciados del texto periodístico en los que puede insertarse contenidos globales variables o temas. (Van Dijk, 1990)

Lo acotado por Van Dijk nos permite observar en las notas estudiadas un esquema estructural básico que las rige, en él se insertan los temas o tópicos secundarios tratados. En todos los temas de tapa analizados (dejando de lado la situación analizada anteriormente sobre titulación y encabezamiento) se procede a desarrollar una secuencia temática sustentada sobre la base de la siguiente categoría ordenadora:

1. Presentación del tema.
2. Explicación del producto o servicio.
  - Observación sobre utilitarios o dispositivos necesarios.
  - Informe sobre velocidad, tiempo y espacio de implementación.
3. Argumentación y persuasión.

4. Información sobre datos novedosos.
5. Cierre conclusivo.

Retomaremos el tratamiento de este tema en el apartado 4.2.3.1 “Subtópicos y esquema de categorías organizacionales” pero, antes, debemos aclarar que dicho esquema determina el orden de los subtemas en el texto, posibilitando la organización de secuencias y oraciones que se suceden en la totalidad de la nota. Cuando nos referimos a la macroestructura semántica, opinamos que dicha macroestructura o tópico global era en la mayoría de las notas escogidas: “Internet, nuevos dispositivos y servicios”. Y demostramos cómo los tres sintagmas que configuran esta macroestructura textual aparecían en los textos y paratextos (encabezamientos y titulares) de las diferentes noticias. Cada uno de ellos correspondía a su vez, a un tópico global pero de menor extensión: “Internet”; “nuevos dispositivos”; “servicios”. Del mismo modo, en este apartado pretendemos relevar la función que cumple la categoría ordenadora respecto de los tópicos secundarios o subtópicos y cómo estos últimos se subsumen en la topicalización global.

En primera instancia, analizamos los subtítulos para buscar puntos de anclaje entre ellos y el tópico global y también para verificar su relación con posibles tópicos secundarios. El tema de tapa “Vía escáner y directo a la computadora”, publicado el 24 de Septiembre de 1997, exhibe cuatro subtítulos: “Multiuso”; “La inteligencia digital”; “Liebres y tortugas”; “En todos los detalles”. Tanto el primero como el tercero, a su vez, se subdividen en otros subtítulos de menor nivel.

En el caso del artículo con fecha 1 de octubre del mismo año, titulado “Las compus crecen” después de una extensa y pormenorizada introducción, aparecen diversos apartados con su correspondiente subtitulación: “De máquina a maquinón”; “Los números mandan”; “La danza de los procesadores”; “Discos y disquitos”; “Cuestión de imagen”; “Internet y multimedia”. Además en recuadros leemos “Programas de fierro”, “Hay bits que empaquetan”, “Memorias para recordar” y “El teclado junto al ratón”. Todos ellos despliegan o desarrollan el tópico de menor jerarquía “Nuevos dispositivos”.

En las dos notas de tapa mencionadas el núcleo divulgativo se concentra en dicho tópico, en él que confluye una serie de tópicos menores. Estos son, por ejemplo, en la primera noticia de divulgación: “Los multiusos del escáner como dispositivo”, “Necesidad de programas de diseño”. Mientras que en la segunda encontramos:



“Renovación, transformación o cambio de la computadora”; “La danza de los procesadores”.

Sin embargo, tanto en una como en otra nota los tópicos menores se reiteran y aunque no se representan en la subtitulación, pueden identificarse como categoría organizacional. Es el caso de “Potencia y personalización de los equipos”.

En las notas del 15 de octubre “Web y televisión, el romance del siglo” y la del 24 de diciembre “1997: el año en que se inauguró la aldea global” su referente es Internet, y hallamos también una serie de subtítulos, representativos de ciertos tópicos secundarios: “Algo personal”; “El presente del futuro”; “Pura seducción”; “Mundos Virtuales”; “Todo más fácil”; “La asignatura pendiente”. Paralelamente en recuadros se destacan “La red a toda velocidad” y “Tiempo de espera”.

Advertimos que el tópico secundario “Potencia y personalización de los equipos” en la cita siguiente se destaca sobre los demás, mediante el segundo término de dicho tópico: la “personalización”. “Una palabra resume y explica casi todos los desarrollos actuales en la Internet. Esa palabra es ‘personalización’. La idea es que los productos de Internet estén hechos a medida del usuario. De acuerdo con sus gustos y preferencias. [...]”. (Braginsky, 1997:2)

En otro apartado y haciendo alusión al mismo tema, Braginsky dice, “My yahoo. El usuario puede personalizar un servicio de información en el cual obtiene hasta los datos meteorológicos de cualquier ciudad del mundo (incluso argentinos) [...]”. (Braginsky, 1997:3)

También en “Web y televisión, el romance del siglo” se advierte el subtema “Internet interactiva”, subsumido en la macroestructura “servicios” que abarca la mención y explicación de nuevos programas y lenguajes que permitirían a los usuarios ver páginas y canales más dinámicos e incluso, en tres dimensiones.

Respecto de la última nota, el título publicitario o sobretitular “1997: El año de Internet”, introduce el tema de la red virtual con una extensísima explicación sobre el balance anual en las comunicaciones. Posteriormente subdivide la nota en los siguientes subtítulos: “El mundo al alcance”; “A todo vapor”; “La compu siempre a mano”; “Mil historias en un disco” y “Computadoras en las góndolas”. También en las páginas de este tema de tapa encontramos recuadros con subtítulos como “Fútbol, aviones y sangre” y “Con un pie en los hogares”. En el primer caso, el enunciador hace referencia al juego más popular que se vendiera en la Argentina durante 1997, denominado “PC Fútbol argentino”. Además de los nombres y los detalles de otros juegos de la misma

clase “FIFA, versión 98” o de otras como sería el entretenimiento de simuladores de vuelo, de estrategias, de aventura o algunos sangrientos como “*Blood 1997*”. En el segundo caso “Con un pie en los hogares” explica los usos del escáner y centros de multifunción que ingresaron al mercado informático en el transcurso de 1997. Los subtítulos de estos recuadros guardan estrecha relación con el tópico global “Servicios” porque no sólo informan sobre nuevos programas de 1997 sino que también forman parte del balance anual que se hace desde el punto de vista de las comunicaciones virtuales.

#### 4.2.3.1 Subtópicos y Esquema de Categorías Organizacionales

Por otra parte, revisamos, cuando analizamos cómo los tópicos secundarios se presentaban en el esquema de las categorías organizacionales de la nota y pudimos observar que muchas veces dichos tópicos no se explicitaban o si lo hacían, dicha explicitación era relativa. El esquema que presentan las notas de tapa, aludido en páginas anteriores, se estructura en:

##### 1) **Presentación:**

Los tópicos secundarios generalmente no aparecen explícitamente en las notas de tapa, las que adquieren por sí mismas categoría tópica. En las cuatro notas advertimos que en la presentación se patentizan tres elementos básicos: el enunciador, la referencia al tema y la apelación al enunciatario. El enunciador despierta expectativas en el lector, lo deslumbra con la presentación del tema, adelanta parte de la explicación y la argumentación. Por ejemplo, el enunciador del tema de tapa publicado el 24 de diciembre de ese año presenta de la siguiente forma el tema de la intercomunicación:

Bienvenidos al mundo globalizado. Un mundo frenético, que incentiva y obliga a estar comunicados. Día y noche, y desde cualquier lugar del planeta. Un mundo en el que cualquier persona equipada con una PC y un módem, puede acceder a millones de otras computadoras alrededor del globo. El año 1997 les da la bienvenida, a todos los habitantes del planeta, a un mundo **definitivamente intercomunicado**.

Pasen y vean. Si hasta fines del año pasado era una promesa o una proeza de pocos, ahora sí, con una computadora cómodamente instalada en el hogar, se puede conversar con cualquier lugar del mundo, vía teclado, por voz, e incluso por video conferencia [...]. (Braginski, 1997:d.2)

Desde la primera palabra el locutor interactúa con el alocutario integrándolo al universo que describe y desplegando frente a él una serie de argumentos persuasivos:

- Un mundo frenético, que incentiva y obliga a estar comunicados día y noche y desde cualquier lugar del planeta;
- Un mundo en el que cualquier persona equipada con una PC y un *módem*, puede acceder a millones de otras computadoras alrededor del globo;
- Un mundo definitivamente intercomunicado.

La argumentación *in crescendo* incentiva las expectativas del enunciatario y lo predispone a aceptar la secuencia argumentativa que introduce el sintagma “Pasen y vean” (lugar común o asociación de ideas triviales compartidas por los miembros de una comunidad).<sup>69</sup> El enunciador en la categoría “Presentación del tema” esgrime y despliega esa cadena argumentativa con el objetivo de legitimar su punto de vista y otorgarle al mismo tiempo, fuerza argumentativa, a los razonamientos posteriores. Por otra parte, desde las primeras líneas textuales pretende obtener la atención del lector mediante una alianza que genere confianza y le permita acercarse a él y convencerlo de lo dicho.

## 2) Explicación del servicio o producto:

### a) Explicación propiamente dicha:

Al analizar este segundo paso en el esquema organizacional, descubrimos que, en primer lugar, en el subtópico “Explicación del servicio o producto”, el enunciador procede a explicarlos minuciosamente y aclara todos los aspectos que pudieran resultar

---

<sup>69</sup> Los lugares comunes o *topoi* tienen su origen en la antigüedad griega, se practicaron en la dialéctica y la retórica aristotélicas aunque en esta época no tuvieron un uso peyorativo sino que funcionaban como categorías formales de argumentos que tenían un alcance general (por ejemplo: lo posible y lo imposible, lo más y lo menos, lo universal y lo particular). Los *topoi* como método de razonamiento participaban de la primera parte del trabajo del orador, la búsqueda de ideas o inventos. Además, posteriormente, constituyeron “una reserva de argumentos tipo, de procedimientos de ampliación y de desarrollos de ideas ya elaboradas”. (Amossy, Herschberg Pierrot, 2003:20)

Durante la Edad Media y el Renacimiento se convierten de formas vacías en fórmulas cristalizadas cuya finalidad no es tanto argumentativa cuanto clasificatoria. En los siglos posteriores adquieren un sentido peyorativo o desvalorizante. En el siglo XX se produce un cambio en su conceptualización debido a su relación con las investigaciones sociológicas y lingüísticas – argumentativas.

Desde el punto de vista del Análisis del Discurso, los lugares comunes como los estereotipos y clichés, adquieren mayor relevancia por la idea de discurso como “actividades de sujetos en contextos determinados”. (Maingueneau, 1998: 28) Idea que implica tanto la articulación de lo lingüístico y lo social como lo discursivo y lo interdiscursivo. Además también conlleva “los condicionantes genéricos e institucionales que gobiernan al discurso. Desde este punto de vista el sentido de las palabras no es independiente de los contextos en las que están insertas (contextos sintácticos, enunciativos, genéricos [...]) ni del lugar de los locutores en el campo sociohistórico e institucional”. (Amossy, Herschberg Pierrot, 2003: 112)

complicados para su comprensión. La nota N°2 de Dardo Villafañe titulada “Las computus crecen”, ejemplifica con claridad este hecho:

La potencia de un equipo depende de tres elementos básicos, que pueden ser reemplazados sin problema tanto en las computadoras de escritorio como en las portátiles. Estos son:

- \* El microprocesador, cerebro de la computadora.
- \* El disco rígido, sitio dónde la máquina almacena la información que procesa.
- \* Y la crucial memoria RAM, dispositivo que permite organizar el funcionamiento de los programas. (Villafañe, 1997:2)

Mediante las secuencias explicativas se pone en evidencia el uso de la tercera persona que marca la distancia entre enunciador y enunciatario. En el acto explicativo del ejemplo propuesto, el enunciador parte de una generalización “tres elementos básicos” para desplegar posteriormente las características presentes en el objeto o referente explicado (la potencia) y de este modo favorecer su comprensibilidad.

b) Observación sobre utilitarios y dispositivos necesarios:

En esta subcategoría, locutor y alocutario interactúan cognitivamente porque el segundo, despertado ya su interés sobre el tema, está predispuesto a recibir la información necesaria sobre el uso de la máquina y aunque posea escaso conocimiento sobre el *hardware*, sabe que la información a recibir le es imprescindible: “Los procesadores más conocidos y usados son los 486, los Pentium Pro y Pentium II (todos fabricados por Intel) [...]”. (Villafañe, 1997:3)

c) Informe sobre velocidad, tiempo y espacio de implementación:

El enunciador usa la subcategoría de información explicativa para difundir diferentes variables que afectan tanto a las computadoras como a sus elementos integrantes. Mediante los tópicos secundarios de potencia, velocidad, tiempo y espacio de implementación, legitima la información especializada frente a la perspectiva del usuario no experto.

Ej. 1

Quienes se manejan con programas de escritura o contabilidad en Dos o Windows 3.1 pueden estar seguros de que una memoria RAM de 8 HB alcanza y sobra. (Villafañe, 1997:3)

Ej. 2

El espacio que ocupa el aparato no es tema menor. Tenga en cuenta que un escáner de ‘cama plana’ no tiene menos de 50 centímetros de largo por 35 de

ancho, y una altura que no baja de los 10 centímetros. Este espacio aumentará aún más cuando se levante la tapa para insertar el original. (Braginski, 1997a:4)

### **3) Argumentación (defensa y persuasión):**

La subcategoría argumentativa es tan importante como la explicativa en el mismo nivel. Y, aunque volveremos sobre ésta cuando tratemos el capítulo 6, queremos adelantar que en las notas examinadas, la problemática argumentativa presenta dos pasos: a) la defensa y b) la persuasión para la compra o adquisición del producto. Además, en la mayoría de ellas, las secuencias argumentativas se exhiben intercaladas e imbricadas, muchas veces, con las explicativas. Ejemplo:

Casi todos los componentes de las computadoras se identifican con algún numerito. Cuanto más grande es esa cifra mayor es su **potencia**. Los microprocesadores, por ejemplo, tienen distintas velocidades de reloj, que se miden en megahertz (MHz) o millones de ciclos por segundo. (secuencia explicativa)

Cuanto mayor sea esta cifra, más rápido trabajará la máquina. (argumento 1) Lo mismo vale para el disco rígido, que permitirá guardar mayor información cuanto más MB tenga. (argumento 2) Y especialmente para la RAM, el componente informático que mejor define la potencia de un equipo. (argumento 3)

En efecto, se puede tener un disco rígido enorme y un microprocesador velocísimo. **Pero de poco sirven** estos chiches si la memoria RAM tiene cuatro MB. (contraargumento)

Las máquinas nuevas vienen equipadas de tal modo para que estos elementos anden parejos... (secuencia explicativa). (Dardo Villafañe, 1997:2)

### **4) Información de datos novedosos:**

La categoría “Información de datos novedosos” implica, la posibilidad de difundir los últimos artículos informáticos que se encuentran en el mercado tecnológico. El enunciador utiliza esta información para relacionarla con la categoría argumentativa “Defensa y persuasión de compra del producto”.

En poco tiempo más, el usuario contará con un monedero electrónico, una tarjeta de crédito con un chip inteligente que cargará pesos en forma de bits, vía Internet [...]. (Braginsky, 1997b:4)

### **5) Cierre conclusivo:**

Por último, la nota concluye de dos maneras o con un cierre que cancela el discurso de divulgación y que aporta una síntesis de ella, o puede hacerlo, con una recomendación o sugerencia final; veamos los siguientes ejemplos:

Ej. 1

De todos modos, las trabas siguen siendo culturales. La computadora es todavía una herramienta difícil de usar para gran parte de la población. Contra esto apunta, precisamente todo lo nuevo que se viene en Internet. Cuando las vidas paralelas de Internet y la tele se junten definitivamente todo será más fácil. Todo estará mucho más cerca de la gente. (Braginsky, 1997b:4)

Ej. 2

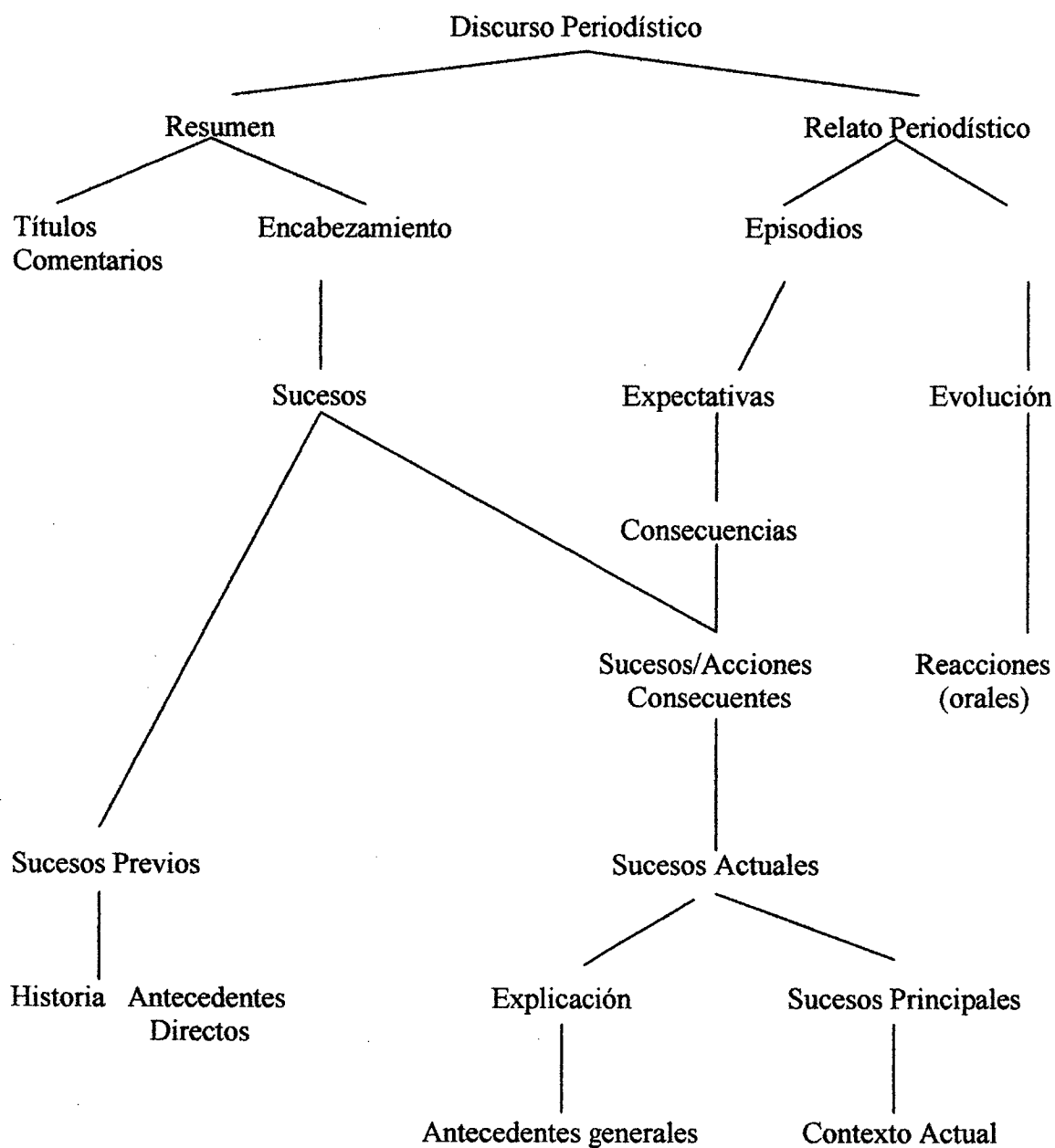
Una recomendación final: no debe hacerse ningún injerto sin un asesoramiento especializado. Porque se corre el riesgo de que la Informática termine siendo objeto de insultos insignificandos. (Villafañe, 1997:5)

#### 4.2.3.2 Relación de tópicos con esquemas

Los temas de tapa, si bien están contruidos sobre el esquema convencional reconocido anteriormente no despliegan idéntico contenido global. En cada uno de ellos el contenido de la macroestructura semántica es diferente.

Una estructura esquemática consiste en una serie de categorías jerárquicamente ordenadas, muy similares a las categorías (planteo, complicación, resolución, evaluación y moraleja) de un esquema narrativo [...] Las categorías deben verse como funciones específicas asignadas a las respectivas macroproposiciones de un texto. Una superestructura esquemática – queremos enfatizarlo – es meramente una estructura formal, muy similar a la sintaxis de una oración. Se “llena” con el contenido de la macroestructura semántica. En otras palabras, en principio cualquier discurso periodístico (ideal, prototípico) tiene el mismo esquema de noticias, pero, desde luego, el contenido global del texto es diferente en cada caso. La superestructuras esquemáticas también son importantes por razones cognitivas [...], porque organizan el proceso de lectura, comprensión y [re]producción del discurso periodístico. También nos permiten esperar cierto tipo de contenido macrosemántico. (Van Dijk, 1978:69)

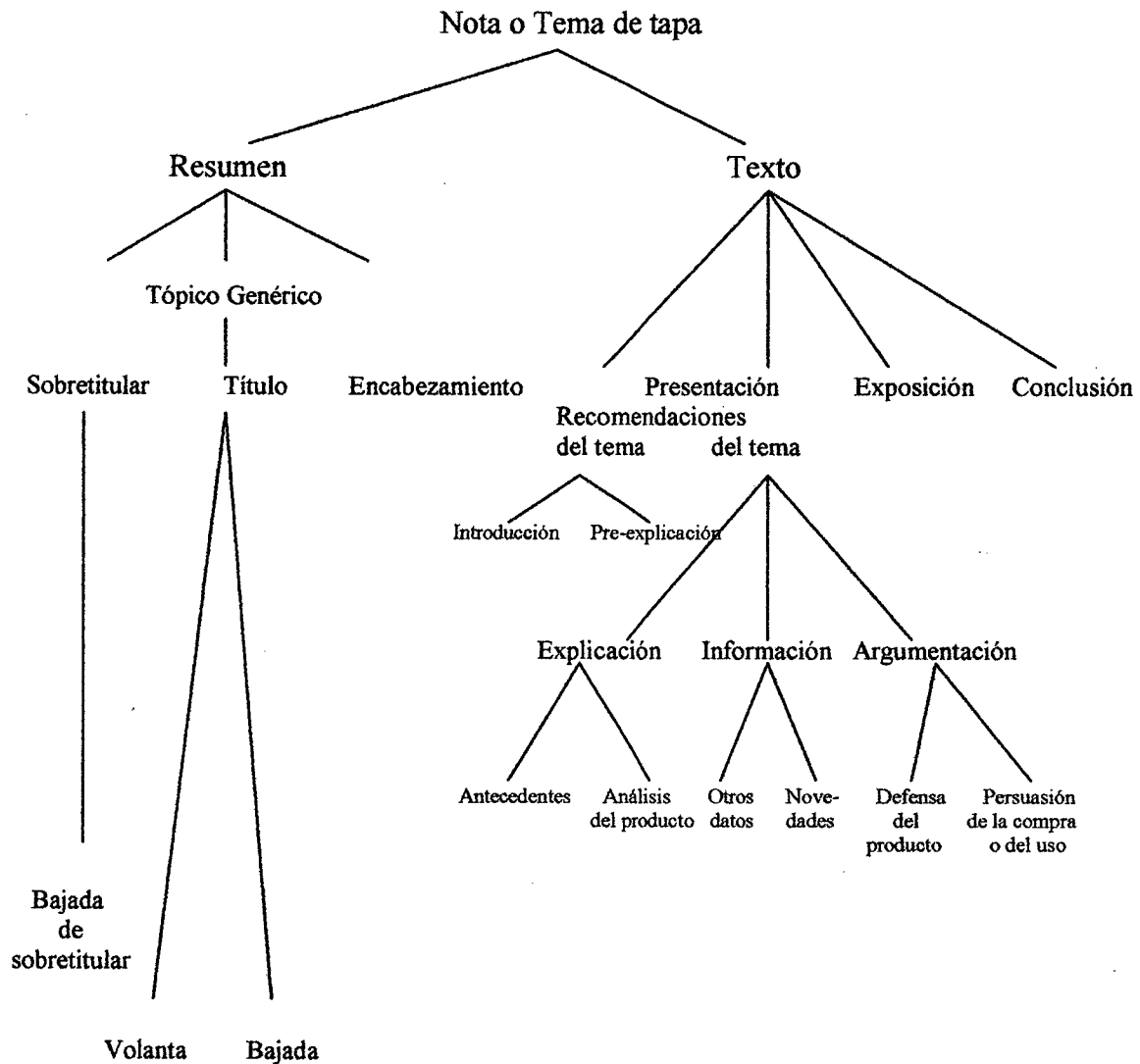
Al contrastar las notas de tapa analizadas por nosotros con otras noticias periodísticas observamos que desde el punto de vista macroestructural ellas conservan algunas de las características de la noticia periodística, por ejemplo, el uso del resumen, títulos y encabezamientos. Pero, difieren de esta última en la distribución esquemática de las categorías, las que tampoco conservan en su totalidad, ya que incorporan algunas nuevas. En el cuadro siguiente, apreciamos las principales categorías de un esquema de Noticias:



(Van Dijk, 1990:70)

Por lo que podemos examinar en el diagrama configurado, desde el punto de vista de su secuencia principal, la noticia periodística funciona como una narración o relato que discursivamente se descompone en un resumen y en un hecho o suceso comentado, que se integra con episodios o conclusiones. Desde la perspectiva de la distribución de los datos o informaciones, advertimos que, tanto los pretextos como los primeros tramos del texto, adelantan conclusiones o resumen del sentido global, mientras que los antecedentes del caso, suceso o hecho quedan relegados para el final.

Si los comparamos con las categorías del esquema de la nota o tema de tapa observamos que dicha estructura es la siguiente:



En la distribución de categorías que configuran la silueta esquemática o estructural del tema de tapa estudiado se introducen elementos tomados del artículo científico propiamente dicho y de informes tecnológicos. De los primeros, la estructura exhibe la secuencia explicativa-argumentativa que se desarrolla en el planteamiento de un problema y se completa con su solución. El orden distributivo de los artículos científicos sigue los siguientes pasos: sumario, introducción, antecedentes, métodos, resultados, conclusión, sugerencias. Respecto de la información, se la distribuye invirtiendo el orden que aparece en la noticia periodística, ya que primero aparecen los antecedentes y, en último lugar, las conclusiones y sugerencias. De los informes tecnológicos toma el desarrollo analítico del producto, la demostración, argumentación



y examen de los resultados obtenidos, las recomendaciones y sugerencias, las tablas y gráficas, el glosario, etc.

#### 4.2.3.3 Otros contrastes

Por último, también contrastamos las macroestructuras semánticas, (tópicos discursivos y secundarios) y los esquemas organizacionales de categorías de los artículos seleccionados en 1997, con las notas de tapa correspondientes a los años 1999 y 2002, con el objeto de relevar las variables entre unas y otras. Como ya dijimos en 4.2.1, la macroestructura semántica o global de las notas o temas de tapa publicadas en 1997 es “Internet, nuevos dispositivos y servicios”. Pero, este tópico global también se observa en 1999 y 2002. Además, en un nivel jerárquico menor seleccionamos dos tópicos discursivos que engloban la temática tratada durante esos períodos. En el primer caso, lo denominamos “El desafío digital” y, en el segundo, “La incidencia del ahorro y la solidaridad en los cambios informáticos”.

a) 1999: la mayoría de las noticias de divulgación tuvieron como centro de interés la relación entre la computadora y el uso que de ella hace el usuario, por ejemplo en las notas se reitera la relación computadora-hogar (espacio privado) computadora-red o ruta virtual (espacio público). Notas como “La música del mundo vibra en el ciberespacio” (22/12/99); “Las mejores salas para hacer chat a viva voz” (17/11/99); “La compu del 2000, más veloz y divertida” (11/8/99); “Otra bonita página musical en la Web” (14/7/99); “Chicos: la mejor aventura puede estar en Internet” (22/9/99); “Imagen y sonido en los teléfonos celulares” (27/10/99); son sólo algunos de los títulos que ostentan este desafío de incursionar en el mundo virtual.

Seleccionamos para el análisis, siguiendo el mismo criterio de armado del *corpus*, cuatro temas de tapa correspondientes a 1999: ellas son: “La entrada a la Web por la puerta grande” (12/5); “La autopista virtual cada vez más rápida” (4/8); “El DVD trae a casa la magia del cine” (8/9); “La compu del 2000 más veloz y divertida” (11/08). Este año, en cierta forma marca un antes y un después en la relación sociedad e informática porque la computadora se transforma en un elemento imprescindible para el trabajo, la educación, el entretenimiento y, fundamentalmente, la comunicación entre innumerables personas.

El tópico discursivo “Internet, nuevos dispositivos y servicios” que regía en 1997 se imbrica con la macroestructura semántica de “El desafío digital”, característico

de 1999, porque las notas se refieren específicamente a los cambios o transformaciones de nuevos dispositivos y servicios, como así también a la autopista virtual o Internet.<sup>70</sup>

El año 2000 siempre estuvo dominado por múltiples fantasías futuristas, muchas veces alejadas de la vida cotidiana. Pero el 2000 llega. Y, con él, una compu definitivamente integrada a la vida diaria, convertida – virtualmente – en un **electrodoméstico más**, unida a través de una red que conecta a **165 millones de personas** de todo el mundo, y con precios cada vez más accesibles. (Braginski, 1999:2)

Incrementar aún más la velocidad de los microprocesadores; probar suerte con nuevas tecnologías; navegar por Internet desde el televisor son algunos de los objetivos propuestos por los fabricantes durante el año 1999 en el mercado informático. La titulación de las notas de este año refleja el desafío propuesto y los divulgadores se hacen eco de las voces de los primeros que tratan de deslumbrar a posibles clientes con la nueva mercancía que se encuentra en las góndolas. Ejemplo de lo antedicho es el título del tema de tapa del 8 de setiembre: “El DVD trae a casa la magia del cine”.

Tanto la volanta de la nota de divulgación “Las mejores películas, en clave digital” como la bajada “En la Argentina ya se venden y alquilan más de 3000 títulos en DVD. Qué compu se necesita para disfrutarlos a pleno. Cómo instalar los componentes”, no sólo resumen el significado del texto sino que apelan al lector no experto, posible cliente del nuevo desafío digital del DVD, a la adquisición del mismo.

Esta nota de tapa de Marcelo Bellucci se complementa con otra que responde también a esta intencionalidad y recrea idéntico tópico genérico. La segunda está escrita por Martín Caffarelli, quién la titula “Y ahora, comienza la función”. Este artículo del Suplemento lleva una volanta que destaca el espacio privado “Las claves para armar la sala hogareña” y en la bajada, el locutor resalta los elementos necesarios para su uso: “Para aprovechar el DVD conviene conectarlo a la tele y al equipo de audio”. El sobretítulo “Cine en casa, con el DVD”, generaliza el espacio privado al utilizar la palabra “casa” de mayor orden jerárquico que “sala hogareña”, empleada en la volanta.

Los titulares del 4 y 11 de agosto, respectivamente, remiten a uno de los tópicos secundarios que también funciona como categoría ordenadora del material discursivo

---

<sup>70</sup> El **desafío digital**, sin embargo, no logra disimular la “**brecha digital**” entre los países ricos y pobres aunque ésta se estreche rápidamente en las apreciaciones del Banco Mundial (Reuters, 24/2/2005) y aumente, en la actualidad, el número de usuarios de Internet a más de mil millones, es decir un sexto de la población mundial. (Ford, 2005)

publicado en 1997, la “velocidad”. En el primero de ellos, “La autopista virtual, cada vez más rápida”, el locutor alienta a los usuarios a obtener información en tiempo record. Por ejemplo, el siguiente fragmento:

Navegar por Internet con los rapidísimos módem de 56 kilobits por segundo (Kbps) es lo mismo que ir por la ruta dos con un cero kilómetro de buena marca. El viaje será cómodo y seguro pero sin mucha emoción ni demasiados chiches. Pero para recorrer la Web con la misma emoción de un Michael Schumacher o un Mika Hakkinen, lo mejor es contar con dos de las tecnologías que más dan que hablar: el cablemódem o la Digital Subscriber Line (DLS). (Distéfano, 1999:2)

El subtópico o tópico secundario que consideramos en las primeras noticias analizadas aparece asimismo en éstas y se repite en la mayoría de los artículos fechados en 1999 transformándose de este modo en una categoría ordenadora. El subtema de la “velocidad” se manifiesta paralelamente en el sobretitular “Alta velocidad en Internet”, en el que los vocablos “alta” y “velocidad” se reproducen gráficamente con letras mayúsculas impresas de distinto color (rojo en el primer caso, blanco en el segundo) y tamaño. Queda relegada en último término, la palabra “Internet” que si bien también se coloca en mayúsculas, se muestra con letras de menor tamaño. Su color (en rojo) es menos intenso que el de la palabra “alta”.

Respecto de la **volanta**, ésta refiere a los distintos servicios de cablemódem y otras tecnologías que se utilizan en la navegación por Internet. Algunos de ellos se nombran mediante siglas: “POR CABLEMODEM”, “DSL”, “ISDN” o “la RED ELECTRICA”. **DSL** refiere a “la gran estrella del momento en Estados Unidos”, la **Digital Subscriber Line**, sistema tecnológico que incrementa la capacidad digital de las líneas telefónicas comunes, permite hablar y navegar al mismo tiempo con una única línea telefónica. **ISDN**, alude a **Integrated Services Digital Network**, servicio que como el caso anterior también se usa para hablar y navegar al unísono con la misma línea telefónica.

En tanto que las **bajadas** del titular y sobretitular informan sucesivamente sobre el contenido de la nota, es decir, sobre la finalidad de cada uno de los servicios, quienes los proveen y remiten, además de los subtemas “cómo son” y “cuánto cuestan” que encontramos desarrollados en el artículo. El segundo titular, paratexto de la noticia de divulgación escrita por Braginski en el '99, informa a partir de su tópico genérico, la evolución de la informática digital: Hacia un mundo digital / Tecnología en la vida cotidiana. Este tópico que se destaca gráficamente en letras impresas mayúsculas sobre

un fondo rojo al comienzo de la página, actúa como “indicio” o “*schifter*” del tema que trata el artículo.

Cada lector o grupo de lectores puede asignarle al texto una macroestructura subjetiva debido al hecho de que las personas pueden interpretar de forma variable la información relevante de un texto. Por ejemplo, si ellas poseen un conocimiento distinto del mundo, es lógico que interpreten de manera diversa un mismo hecho. Creencias, opiniones, actitudes, ideologías distintas inciden sobre los lectores al momento de la interpretación de la información.

El significado global representado por la macroestructura del texto es algo así como un ‘significado consensual’ o una intersección de interpretaciones individualmente diferentes de los temas o asuntos más importantes del texto. Sin embargo parece ser más apropiado, especialmente en un modelo cognitivo de comprensión del discurso, suponer que las macroestructuras pueden ser, igual que los significados de las oraciones, subjetivamente variables [...]. (Van Dijk, 1990:75)

b) **2002:** al referirnos al armado del *corpus*, dijimos que después de los sucesos políticos y económicos acaecidos en los últimos meses del año 2001, el Suplemento Clarín INFORMÁTICA como tantos medios comunicacionales no permaneció indiferente a los vaivenes de la política argentina y exhibe en sus notas las secuelas de los avatares del descontrol económico y social. Una característica de la incidencia de la situación mencionada es que las notas de tapa registran estos sucesos haciéndose eco de las dificultades por las que atraviesan los lectores. Muchas de ellas, utilizan el discurso de divulgación para asesorar sobre un mejor uso de dispositivos, programas, sistemas, etc., y sobre todo recomendar aquellos servicios que son gratuitos. Observamos que numerosos sobretitulares, títulos, resúmenes de los temas de tapa apelan al lector para que ahorre mediante el uso de la PC. Por ejemplo, en la siguientes nota, tanto el título “AHORRÁ CON LA PC” como la bajada: “Baja música, juegos y videos gratis. Hacé trámites y compras sin gastar en viajes. Y habla a otros países por un tercio del costo”, inducen a gastar menos.

El enunciado “Ahorra con la PC”, depende de “La incidencia del ahorro y la solidaridad en los cambios informáticos”, en macroestructura global o tópico discursivo representativo de estos momentos de crisis que sufre todo el país. En muchos casos, dicho enunciado se ubica al comienzo, en el espacio reservado para el tópico genérico, aunque no se lo destaca con letras o fondo de otro color como sí se lo hace con éste. Por

ejemplo, la diagramación siguiente; condensa en los distintos sintagmas el tópico del momento socio-económico que viven los usuarios.

“Ahorra con la PC”.

“Una alternativa en tiempos de crisis”.

“La compu, una buena aliada a la hora de ahorrar billetes”. (García, 2002b:2)

En otros casos, la titulación y los resúmenes destacan la necesidad de solidarizarse con el prójimo, por ejemplo:

“Tecnología. Redes libres: un movimiento solidario en continua expansión”.

“Navegantes del mundo, uníos”.

“Jóvenes de distintas ciudades están armando redes gratuitas, para todos los vecinos. Utilizan tecnología inalámbrica de alta velocidad. Como armar una Internet comunitaria”. (García, 2002a:4)

El tema de los precios (tópico secundario) y cómo “abaratarlos” es una constante durante el 2002. Desde la conexión a Internet, como la compra o reciclaje de dispositivos hasta el ofrecimiento de servicios están regidos por los costos. “Buenos juegos a muy buen precio; Ediciones baratas de varios clásicos para jugar en la computadora; Compará marcas y precios en la guía de compras; Aprovechá la impresora cuidando el bolsillo; Algunos títulos subieron sus precios más del 100 por ciento”.

La noticia de divulgación escrita por P. Raimondi y G. Milla, publicada el 30 de enero de dicho año, aún conserva como en casos anteriores, el tópico genérico de tema de tapa destacado y a comienzo de página principal. En los otros artículos seleccionados del 2002 que también son notas de tapa, esto no se observa. La noticia analizada se basa en la idea de trasvasar datos y así lo indica su volanta que complementa la información con “Conexiones entre PC, DIGIAGENDAS y PALMS”.

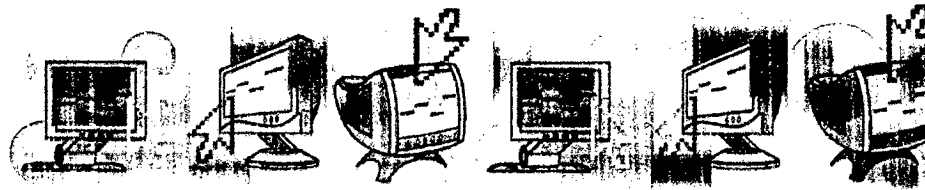
Tanto el título del artículo que alude al tema: “Los datos no dejan de viajar entre las compus” como el sobretítular que lo enuncia en primer lugar: “Cómo trasvasar datos” y la bajada “A través de un cable se puede enviar información desde una PC a otra o de una PC a una computadora de mano. También, PC de por medio, de una agenda electrónica a una palmtop. Otras formas de transferir datos.” o el título publicitario, que resalta el hecho del trasvasamiento: “Consejos para pasar información entre dos PC y de la computadora a la palmtop. También, llevar datos de la agenda electrónica a la palm”. Si bien en estos la titulación y el encabezamiento no se menciona

el tema del ahorro, se lo insinúa o sugiere y el enunciador así manifiesta en el texto: "...Es una cuestión más de maña que de fuerza o, lo que es lo mismo, requiere más ingenio que dinero. Lo cual no está nada mal en estos difíciles tiempos posdevaluatorios..." (Raimondi-Milla, 2002:2)

El análisis discursivo de la titulación y encabezamiento de la nota del 30 del enero como, así también, la lectura y reconocimiento del tópico discursivo "Ahorra con tu PC" y los tópicos secundarios "Abaratemos costos", "Cuidemos el bolsillo", "Precios y dinero", etc., nos permitió comprobar que todos los títulos y encabezamientos del 2002 proponen un cambio o transformación respecto de 1997 y 1999. Si bien el tópico global de este año se subsume como en el caso de 1997 y 1999 en el seleccionado como macroestructura global para los tres años analizados, es decir, "Internet, nuevos dispositivos y servicios", el objetivo de venta del producto que tenía prioridad en años anteriores, no se manifiesta explícitamente este último año. No es la adquisición mediante la compra de ellos el fin perseguido sino la transformación y renovación de lo usado con anterioridad.

Veamos la nota de Guillermo Milla publicada el 10 de abril que complementa y retoma el tema de la conexión entre varias PC. Esta noticia lleva una volanta que actúa como tópico genérico, "Redes caseras", mientras que el título "La trama secreta que explica cómo vincular todas tus PC" remite a la tendencia mundial de redes de computadoras interconectadas en el hogar. A pesar de la crisis económica, la Argentina no queda al margen de esta "gran movida" que permite interconectar varias computadoras con la finalidad de utilizar los mismos recursos, por ejemplo impresoras, acceso a Internet, etc. Sin embargo, muchos de los lectores no tienen posibilidades económicas para adquirir los nuevos dispositivos y modelos de computadoras o contratar los servicios ofrecidos por Internet u otros medios de información publicitaria. Por tal motivo, el suplemento a través de sus artículos divulga y asesora sobre las transformaciones o cambios informáticos, a los efectos de aprovechar y reciclar el material tecnológico que se posee.

Ejemplo de este tipo de objetivo son las notas de tapa del 6 de marzo y 21 de agosto del mismo año, tituladas "Cambiá la imagen de tu compu sin pagar tanto" y "Cómo encarar el desafío de recargar los cartuchos". En el primer artículo, la diagramación de la página juega constantemente con la imagen, tan es así que podríamos hablar de una volanta digital que muestra numerosas pantallas de diverso tamaño, espesor y definición.



MONITORES BARATOS

LA CARA VISIBLE DE LA PC

# Cambiá la imagen de tu compu sin pagar tanto

Qué hay que tener en cuenta a la hora de elegir el monitor según los distintos usos. Los **diferentes tamaños, tipos de pantalla y definición**. Cuáles son los **precios y modelos** que más convienen a los bolsillos actuales.

Posteriormente y por debajo de ellas, dos enunciados introducen, en primer lugar y a modo de tópico genérico, el sintagma “Monitores baratos” y, en segundo lugar, la volanta “La cara visible de la PC”. En el texto, el autor aclara:

Quando se compra una computadora, el monitor es generalmente lo último que se elige y el componente del equipo al que menos atención se le presta. A lo sumo, se tiene en claro si será de 15 o de 17 pulgadas, por ejemplo. Sin embargo, las pantallas, aún las de igual tamaño, no son todas iguales y hay un montón de características que valdría la pena considerar para acertar con la elección [...]. (González Pérez, 2002:2)

La bajada, al igual que en casos anteriores, resume entre proposiciones el qué, el cómo y el cuál de los interrogantes periodísticos: “Qué hay que tener en cuenta a la hora de elegir el monitor según los distintos usos. Los **diferentes tamaños, tipos de pantalla y definición**. Cuáles son los **precios y modelos**, que más convienen a los bolsillos actuales”. Tanto en el título como en la bajada se alude al subtema o tópico secundario “costo del producto”, por ejemplo: “sin pagar tanto” y “Que más convienen a los bolsillos actuales”.

En la segunda nota al título le anteceden dos resúmenes uno, ubicado en lugar del tópico genérico, sintetiza en el siguiente enunciado el tema de la nota: “**CARTUCHOS SEGUROS**”. El otro, que precede inmediatamente al título retoma el tópico de costos del producto: “cuidado del bolsillo”. Y lo reitera, posteriormente en el sintagma destacado de la volanta: “**APROVECHAR LA IMPRESORA CUIDANDO EL BOLSILLO**”.

La bajada explica sintéticamente en sus tres proposiciones el contenido textual: “Después de la devaluación, los insumos para la impresora se hicieron casi inalcanzables. Y surgieron una gran cantidad de recicladores de cartuchos. Qué hacer para cargar tinta sin afectar el funcionamiento del equipo”. En las proposiciones señaladas el enunciador se ubica temporalmente y, además, contextualiza la situación económica-social del destinatario; exhibe una nueva área de servicio técnico y propone una solución práctica ante un eventual consumo de cartuchos importados.

### 4.3 A modo de conclusión

En el capítulo 4, analizamos, siguiendo a Teun Van Dijk, la interrelación entre macroestructuras, superestructuras y microestructuras textuales. Nuestro propósito, como lo señaláramos anteriormente al encarar el análisis del *corpus* era buscar aquellas estrategias metodológicas que nos permitieran desentrañar el sentido del texto. Por dicho motivo, aplicamos en nuestro análisis la propiedad de coherencia que nos permitió establecer relaciones macro y microestructurales.

Los temas de tapa como otras notas de divulgación nos ofrecieron un material discursivo muy interesante para este tipo de análisis porque sus tópicos se organizan y se expresan de un modo específico. En éstos, los titulares y subtulares sirven de resumen del contenido textual y los tópicos o temas, aparentemente actúan como titulares.

Del *corpus* analizamos macroproposicionalmente, cuatro temas de tapa correspondientes al año 1997, en los que examinamos la función que cumplen los títulos y subtítulos como así también otros elementos de titulación (cintillos, bajadas, volantas, etc.). Concluimos que estos elementos de titulación son operaciones de reducción de los textos que se basan en una jerarquía organizacional y, respecto de esta última, es que poseen su grado de relevancia, por lo que dicha jerarquía no es el resultado de una suma de proposiciones sino de la totalidad de sentido de él o los textos.

Posteriormente, presentamos y explicamos el esquema estructural básico de cada nota y la articulación de tópicos secundarios en dicho esquema que constituyen las siguientes secuencias temáticas: presentación del tema, aplicación del producto o servicio, argumentación y persuasión, información sobre datos novedosos, cierre conclusivo. A través de la explicación de dicho esquema, denominado también “esquema de categorías organizacionales”, concluimos que en el tópico global elegido



por nosotros “Internet, nuevos dispositivos y servicios”, se subsumen, en primer lugar, tres tópicos globales de menor extensión: “Internet”, “Nuevos dispositivos” y “Servicios” y éstos se articulan con subtópicos que explícita o implícitamente se manifiestan en los subtítulos.

Por último, contrastamos los temas de tapa de 1997 con los correspondientes a los años 1999 y 2002. En el primer grupo de notas, el tópico global “Internet, nuevo dispositivos y servicios” se imbrica con la macroestructura “El desafío digital” que subsume en el año 1999 los cambios o transformaciones de los nuevos dispositivos y servicios en función de la autopista virtual. En el segundo, la macroestructura o tópico discursivo “La incidencia del ahorro y la solidaridad en los cambios informáticos” representa los momentos de crisis socio-económica que vive el país en el año 2002.

## Capítulo 5 - Las voces enunciativas.

### 5.1 Aproximación al campo enunciativo

En el capítulo anterior al analizar las macroestructuras o tópicos discursivos, dijimos que éstos sólo pueden explicarse si consideramos el texto como una unidad global.<sup>71</sup> Las estructuras totales, abstractas, necesitan de las palabras y las oraciones, para realizarse o expresarse en un nivel local más concreto. En este nivel local, también distinguimos entre el significado y su expresión en las estructuras superficiales, como la palabra, las frases, las cláusulas y las formas oracionales. (Van Dijk, 1990: 92) El análisis de las microestructuras nos permite apreciar que en la superficie textual de todo material discursivo aparecen huellas o marcas que nos conceden la posibilidad de obtener datos sobre el uso que hizo del código lingüístico el sujeto hablante.

La enunciación o práctica de la lengua por un sujeto hablante es una de las bases sobre los que se desarrollan los estudios de Análisis del Discurso. El sujeto de la enunciación o sujeto discursivo es una instancia interlocutiva que únicamente adquiere su verdadera dimensión en la relación dialógica entre locutor-interlocutor.

Si bien desde que Voloshinov y Bajtín estudiaran en la década del '30 el carácter dialógico de la comunicación y otros investigadores, también en la misma década, se avocaron a explicar la relación dual entre hablante-oyente en el marco del acto comunicativo (Bally, 1932; Bühler, 1934) el dialogismo es un tema abordado por varios teóricos, entre otros Jakobson (1960) y Emile Benveniste que establece los principios básicos de la subjetividad en el discurso (Calsamiglia y Tusón, 1999).<sup>72</sup>

A partir de los estudios de Benveniste sobre el proceso enunciativo podemos hablar de una teoría de la enunciación que no sólo toma en cuenta el rol del sujeto textual sino que también posibilita la investigación por otros teóricos (Ducrot, Kerbrat Orecchioni, Bronckart, entre otros) de tres aspectos anteriormente no considerados: la **inscripción de los interlocutores en el texto, la modalización y la polifonía**. En esta teoría, Benveniste también le da importancia a la **unidad discursiva básica**, señalada

---

<sup>71</sup> Véase el apartado "Tópicos y macroestructuras globales", cap. 4., punto 4.1.

<sup>72</sup> Emile Benveniste considera que "en tanto realización individual, la enunciación puede definirse, respecto de la lengua, como proceso de apropiación en el que el locutor se apropia del aparato formal de ella y enuncia su posición de locutor, asume la lengua e implanta al otro ante sí mismo, sea cual sea el grado de presencia que se atribuya a este otro. Toda enunciación es una alocución explícita o implícita: postula un interlocutor [...] La presencia del locutor en su enunciación hace que cada instancia de discurso constituya un centro de referencia interna y que esta situación se manifieste por un juego de formas específicas cuya función es poner al locutor en relación constante y necesaria con su enunciación. (Benveniste, 1970: 14)

por Bajtín; el enunciado entendido en el marco del proceso de la enunciación y producto de dicho proceso. Es sobre el enunciado que se pueden detectar las huellas o marcas de la subjetividad enunciativa. Al considerar al sujeto de la enunciación como una instancia interlocutiva, lo constituye como un centro de referencia interna que se “manifiesta por un juego de formas específicas cuya función es poner al locutor en relación constante y necesaria con su enunciación”. (Benveniste, 1970:16) Tanto los índices de personas (yo-tú) como los de ostensión (este-aquí) o las formas temporales, etc., funcionan en virtud de su relación con la situación de enunciación.

## 5.2 La enunciación

El año 1999, como dijéramos en el capítulo uno, en el apartado 1.3 referido al *corpus*, establece desde el punto de vista de la divulgación informática, un antes y un después en la relación entre este campo de conocimiento y la sociedad porque el ingreso al mercado de Windows '98, hace que se produzca en Argentina, como en otras partes del mundo una expansión del uso de la computadora. Si bien Internet, ya se conocía y utilizaba en nuestro país, en este año adquiere gran relevancia, transformando los hábitos de trabajo, entretenimiento y consumo de la mayoría de los usuarios que la usan.

La situación de enunciación que advertimos en las notas de tapa correspondientes al año 1999, además de mostrarse como una relación comunicacional prototípica del discurso escrito, presenta como característica relevante la coactuación de dos instancias discursivas autónomas e independientes – el enunciadador y el enunciatario. Sin embargo, el primero de ellos, enmascara su subjetividad porque utiliza un discurso en tercera persona, persona histórica o no-persona, lo que no impide que en el entramado textual puedan percibirse deícticos o marcas que exhiben al verdadero enunciadador.

En todo enunciado – ya sea verbal o no verbal, una frase o un relato, una fotografía o un film – es posible reconocer siempre dos niveles: el nivel de lo expresado, la información transmitida, la historia contada, aquello que es objeto del discurso, esto es, lo enunciado (nivel enuncivo); y el nivel enunciativo o la enunciación, es decir, el proceso por el cual lo expresado se atribuye a un yo que apela a un tú. Así en el enunciado reconocemos lo enunciado y la enunciación. El enunciado, entonces, no sólo aporta una información sino que pone en escena, representa, una situación comunicativa por la cual algo se dice desde cierta inteligibilidad, el enunciatario. (Filinich, 1998: 18)

En la nota o tema de tapa titulada “Por qué probar otro sistema operativo”, publicada el 31 de marzo de 1999, los divulgadores Miguel Distéfano y Flavio Bustos, presentan un enunciador impersonal que asevera en la introducción del artículo, lo siguiente:

Hay vida más allá de Windows. Al menos eso aseguran los creadores e impulsores de sistemas operativos como el Linux, el Solaris, el BeOS, el Freedows, el Mac OS o el OS/2 Warp.

La apuesta fuerte es que –al contrario de lo que pasa con Microsoft o Apple- la mayoría de estos sistemas son **gratuitos** y su **código fuente** (el conjunto de archivos que contienen las **claves de programación**), **abierto**. En buen romance, esto quiere decir que la receta usada para crearlos es pública y se ofrece libremente a cualquier programador para que pueda adaptarla a sus propias necesidades. En cambio, si a alguien se le ocurre cambiar las recetas presentadas por Windows o Macintosh, recibirá todo el peso de la ley. (Distéfano-Bustos, 1999:2)

En el fragmento citado, el sintagma “Hay vida más allá de Windows”, nos indica un enunciado construido en tercera persona singular del presente del modo indicativo del verbo “haber” que marca la no presencia o alejamiento entre la persona del locutor y su alocutario.<sup>73</sup> Precede la explicación sobre la gratuidad y apertura de los diferentes sistemas operativos, el conector especificativo “al menos”, que restringe la opinión transmitida y la alusión generalizadora “los creadores e impulsores de sistemas operativos”. El uso de la alusión sirve, en el ejemplo analizado, como soporte de la enunciación y nominación de los diferentes sistemas operativos existentes en el mercado informático: Linux, Solaris; BeOS, Freedows, MacOS, OS/2 y Wap.

En el texto, se destacan en negrita en el párrafo siguiente, las palabras “gratuitos”, “código-fuente”, “claves de programación” y “abiertos”. La explicación aportada en este fragmento textual se completa con una reformulación que rompe la objetividad de la tercera persona con la expresión “En buen romance” que la introduce después del punto y seguido y nos remite a un enunciador que utiliza la tercera persona para enmascarar su subjetividad. Por otra parte, este sintagma nominal no pertenece al lenguaje especializado en que sí se enunciaron los dos últimos fragmentos aunque se relaciona con el primero “Hay vida más allá de Windows”, que recrea los estereotipos: “Hay vida más allá de la muerte” o “Hay vida más allá de Marte”. Por otra parte, el uso

---

<sup>73</sup> Esta persona considerada por Benveniste como “el que está ausente”, no es una persona propiamente dicha sino que es la forma verbal que tiene por función expresar la no-persona (Benveniste, 1970). Para otros autores, la inclusión de marcas de la persona que habla es algo potestativo, ya que en un texto se puede encontrar una total ausencia de marcas del locutor. (Calsamiglia y Tusón, 1999)

del marcador metadiscursivo “esto quiere decir” y, también del sintagma “la receta usada”, inapropiados para el lenguaje científico, como asimismo la coacción “recibirá todo el peso de la ley” con la que concluye el párrafo, nos permiten observar marcas o huellas de un locutor que toma distancia “del efecto de objetividad al que tiende todo discurso teórico”. (Zamudio, 2000: 127)

Como puede apreciarse por el análisis del ejemplo precedente, la relación comunicativa se produce entre un enunciador y locutor y un enunciatario y alocutario. Por lo general, los investigadores han privilegiado el estudio de las marcas del enunciador (Kerbrat Orecchioni, 1986). Sin embargo, debemos considerar que el enunciador no sólo se constituye a sí mismo sino que construye la imagen de su enunciatario, observable mediante la presencia de numerosas huellas en el enunciado. Por ejemplo, en las citas siguientes, los enunciados destacados en negrita:

[...] En buen romance, esto quiere decir que la receta usada para crearlos es pública y **se ofrece libremente a cualquier programador** para que pueda adaptarla a sus propias necesidades. En cambio, **si a alguien** se le ocurre cambiar las recetas patentadas por Windows o Macintosh, recibirá todo el peso de la ley. (Distéfano-Bustos, 1999:2)

**Para el cada vez más numeroso grupo de usuarios** que quieren ver sin sobresaltos videos o escuchar audio a través de Internet o desde archivos de la misma PC, el BeOs les resultará más que atractivo. (Distéfano-Bustos, 1999:3)

El Solaris es un derivado de Unix y tiene una versión gratuita para escuelas y usuarios finales. Desde su sitio en la dirección electrónica <http://www.sin.com/developers/solarispromo.htm> se puede encargar el sistema operativo y sólo se pagan (tarjeta de crédito mediante) los gastos de envío de la caja y el manual de instrucciones. **Aquellos que quieran probar esta versión** en su computadora con Windows deberán contar con otro disco rígido [...]. (Distéfano-Bustos, 1999:4)

El enunciatario, construido en los tres ejemplos señalados precedentemente, es un alocutario no experto en cuestiones informáticas pero interesado en la temática pertinente, al que debe explicarse con léxico general que elude ciertos tecnicismos propios de este campo de conocimiento tanto el uso de los programas en cuestión como, así también, los riesgos a los que puede verse expuesto si los utiliza en forma incorrecta.

Los sintagmas recalcados en el primer ejemplo: “...se ofrece libremente a cualquier programador para que pueda adaptarla a sus propias necesidades[...] si a alguien se le ocurre cambiar las recetas...”, si bien no exhiben marcas identificatorias de segunda persona, desvían el mensaje mediante las alusiones generalizadoras “cualquier

programador” y “si a alguien” que, en cierta forma, incorporan al lector real como enunciatario ya que acortan la distancia establecida en el discurso científico para la tercera persona y también marcan una restricción de la generalización (porque la referencia no abarca la totalidad de la gente sino únicamente a aquellos que se interesan en el uso del programa). Además ubican al enunciatario en un espacio intermedio y ambiguo.

Por el contrario, en el segundo ejemplo, el locutor si bien apela al alocutario, representa en él la figura del lector como usuario. Demarca con claridad este rol en la frase: “Para el cada vez más numeroso grupo de usuarios...”. El rol pasivo de receptor se quiebra no solamente por la acción de coenunciar sino también por el paso de lector a cliente o usuario de los programas que se ofrecen en el mercado informático. Además, en este brevísimo enunciado también se destaca el aumento progresivo de este grupo.

En el tercer ejemplo, si bien no recurre a la apelación directa, incorpora al lector como enunciatario aunque no aparezca la segunda persona. Con esta finalidad el enunciador consigna la dirección electrónica del sitio y, además, aclara lo pertinente al pago de la caja y el envío del manual de instrucciones. El párrafo siguiente de este ejemplo utiliza idéntica estrategia de incorporación del lector como enunciatario, aunque el pronombre “aquellos” establece una mayor distancia entre el locutor y su alocutario. La relación entre enunciador-enunciatario no se completa en la puesta en escena discursiva, sin la intervención del referente que se construye en el mismo espacio y tiempo que las dos figuras anteriormente mencionadas.

La construcción del enunciador, del enunciatario y del referente no siempre son operaciones conscientes de los hablantes, ni son operaciones libres e individuales, sino que están también codificadas para las distintas situaciones sociales, y responden a posiciones culturales e ideológicas de los sujetos y sus grupos de pertenencia. (Arnoux, Distéfano, Pereira, 2002, 11)

### **5.3 La inscripción de los interlocutores en el texto**

#### **5.3.1 El enunciador y locutor**

La enunciación de las notas de tapa del Suplemento INFORMÁTICA-Clarín responde a la situación enunciativa prototípica del discurso escrito periodístico. En el momento de producirse coactúan dos instancias discursivas autónomas e independientes, un enunciador y un enunciatario. La relación comunicacional entre ellos no coincide en la escena comunicativa porque se produce en diferentes escenarios ya

que el tiempo y el espacio de la escritura no se corresponde con el de la lectura. Por tal motivo, al tratarse de una interacción diferida, el texto debe contener las instrucciones necesarias para ser interpretado por su destinatario. Pero, además, esta situación de enunciación presenta como rasgo relevante y que comparte con la divulgación científica, un enunciador que utiliza dos variantes lingüísticas: estándar y técnica o especializada.

Dentro de muy poco, todos los fanáticos de Java tendrán un motivo para descorchar una botella de champán. Un sistema operativo basado en ese lenguaje está siendo desarrollado desde los recónditos recovecos de Internet.

El proyecto JOS (Java Operative System) propone un sistema operativo orientado a objetos y expansible. Y, como si fuera poco, totalmente gratuito. (Distéfano-Bustos, 1999:4)

En el ejemplo precedente apreciamos un locutor que se relaciona con su alocutario en un registro informal y que utiliza indistintamente las variantes estándar y especializada como en los siguientes sintagmas: “los fanáticos de Java, recónditos recovecos de Internet”. Además de usar delimitaciones temporales imprecisas “Dentro de muy poco” como asimismo metáforas cotidianas “descorchar una botella de champán” o expresiones evaluativas “...como si esto fuera poco” o personificaciones “El proyecto JOS [...] propone”. Este enunciador evade la precisión terminológica y sintáctica como así también, los tecnicismos correspondientes al discurso informático propiamente dicho. Sin embargo, aparentemente, este discurso se construye sobre una tercera persona que simula un alto grado de distancia entre sus interlocutores o ausencia de enunciador con el uso de la desagentivación o de proposiciones impersonales, con la finalidad de crear efectos de objetividad y/o neutralidad logradas mediante la activación del mundo de referencia.<sup>74</sup> Si bien el discurso de divulgación que presentan estas notas, en la mayoría de los casos, busca borrar las marcas del enunciador, veladamente esas huellas permanecen en el enunciado.

Enunciador y enunciatario son dos instancias discursivas, dos roles configurados por el enunciado, por tal motivo, en ningún momento, pueden tener existencia legítima fuera de él. Observado, desde este punto de vista, debemos separar taxativamente el sujeto empírico que constituye la figura del divulgador o periodista especializado, de la

---

<sup>74</sup> El discurso de divulgación como práctica periodística pareciera todavía conservar en su escritura esos requisitos impuestos desde siempre en la comunidad científico-tecnológica. En la mayoría de los casos, las marcas o estrategias discursivas utilizadas para crear este efecto son el uso de la tercera persona gramatical, las construcciones impersonales, el sujeto desagentivado, los sintagmas nominales con referencia léxica. (Zamudio Atorresi, 2000)

correspondiente al enunciador, construcción o representación enunciativa. Por otra parte, si consideramos que el enunciado no sólo transmite una información sino que pone en escena o representa “una situación comunicativa por la cual algo se dice desde cierta perspectiva y para cierta inteligibilidad” (Filinich, 1998:40), la función que cumple el enunciado de divulgación es transmitir, en la voz enunciativa, la información obtenida por el divulgador en un *papers* o texto-fuente que le sirve de base (también puede recabar dicha información en una entrevista). El enunciador o responsable de este primer discurso, generalmente representa una voz autorizada en el tema, representación lingüística que puede o no coincidir con la voz del tecnólogo en Informática (ingeniero, programador o analista), quién generalmente, da a conocer a sus colegas sus eventuales productos.

La puesta en escena del segundo discurso o discurso de divulgación, implica por una parte el desplazamiento de la construcción y valoración del referente desde un punto de vista neutral y objetivo, propios del discurso tecnológico, hacia una nueva perspectiva valorativa o axiológica que le confiere al enunciado transmitido un alto grado de persuasión. Por ende, la construcción del enunciador apela, persuade, manipula, controla al enunciatario.

El divulgador tecnológico en Informática, periodista especializado y productor del discurso mencionado, construye su propia versión del enunciador, del enunciatario y del referente en el enunciado que encubre un nivel discursivo subyacente modalizado, constitutivo del acto y de la situación de enunciación que le son propias. Por los motivos señalados la figura del enunciador es ambivalente y ambigua. Ambivalente por que como dijéramos anteriormente utiliza indistintamente las variantes estándar y técnica; ambigua porque simula una tercera persona que encubre una primera (Zamudio-Atorresi, 2000).

### **5.3.2 El enunciatario y el alocutario**

Como en el caso del enunciador, el enunciatario es un sujeto que funciona exclusivamente en el interior del enunciado o discurso. Dijimos anteriormente que en la situación de enunciación se construyen conjuntamente el enunciador, el enunciatario y el referente. El enunciatario es la representación o imagen del destinatario desde la perspectiva del enunciador. Como el habla es dialógica, todo hablante o enunciador asume el lenguaje para dirigirse a otro. En los temas de tapa, encontramos numerosos



ejemplos que demuestran mediante expresiones explícitas la presencia del enunciatario en el texto. Los dos fragmentos siguientes que corresponden a la nota publicada el 12 de mayo de 1999, titulada “La entrada a la Web por la puerta grande” demuestran lo anteriormente comentado:

Y si el navegante quiere hacer amigos a través del e-mail, se ofrece un servicio de correo electrónico con algunas ventajas, por ejemplo, rastrear posibles virus en e-mail, un notificador que **avisa** al *pager* del usuario cuando llega correo nuevo, la posibilidad de redireccionar automáticamente los mensajes hacia otra cuenta de correo o chequear la casilla de e-mail desde el propio programa de correo que tenga el usuario en su PC [...]. (Bustos, 1999:4)

La presencia del enunciatario se advierte por el uso del término que utiliza el enunciador: “navegante”, vocablo que designa a los usuarios de un sitio electrónico, hasta la enumeración de todas las ventajas que el servicio ofrece. Posteriormente, en otro párrafo, incluye al lector entre los navegantes: Si el lector llegó hasta estas líneas **entusiasmado** con algún portal especial, no estaría nada mal incluirlo como página de inicio de su navegador, es decir, que se convierta en el **primer sitio** que aparezca cuando empiece a navegar por la Web (Bustos, 1999:4).

La apelación al lector, además del uso del subjetivema “entusiasmado” para referirse a él, destacado en negrita en el original, sumado al uso del posesivo “su” que acompaña la palabra “navegador son marcas explícitas que no borran las huellas de la segunda persona característica del alocutario.

Si consultamos las notas correspondientes al 4 de agosto y 8 de setiembre del mismo año encontramos similitudes en el tratamiento de la situación de enunciación como en la focalización del alocutario. En la primera de ellas, cuya autoría pertenece a Miguel Distéfano, notamos que desde las primeras líneas el enunciador apela implícitamente al enunciatario: “Navegar por Internet con los rapidísimos módems de 56 Kilobits por segundo (Kbps) es lo mismo que ir por la ruta dos con un cero kilómetro de buena marca. El viaje será más cómodo y seguro pero sin mucha emoción ni demasiados chiches” (Distéfano, 1999:2).

Posteriormente, después de explicar en qué consisten las nuevas tecnologías que permiten navegar por Internet en forma casi instantánea, la apelación al destinatario toma carácter explícito: “**Los que quieran suscribirse** al servicio de Multicanal deberán tener tarjeta de crédito, desde donde se les debitará, mes a mes, al monto del abono” (Distéfano, 1999:2).

En el ejemplo observado, que la apelación al lector es restringida y directa. El enunciador se dirige únicamente a aquellos destinatarios que deseen suscribirse al servicio y de este grupo, sólo se seleccionan los que posean el requisito de la tarjeta de crédito. Más adelante, circunscribe aún más los alocutarios: “**Los que elijan este servicio** podrán recibir datos a velocidades que, según el día, puede variar entre 8 y 128 Kbps” (Distéfano, 1999:2).

En la segunda nota, además de los ejemplos mencionados anteriormente, encontramos una apelación explícita, directa, enfática, en segunda persona: “**Si usted decide** incorporarse al mundo del DVD desde su PC, debe saber que tiene dos opciones...” (Bellucci, 1999:2).

Anteriormente dijimos, basándonos en Benveniste, que toda locución es, explícita o implícitamente, una alocución porque postula siempre un alocutario (Benveniste, 1970:14). Las notas o temas de tapa analizados presentan pasajes o fragmentos de discurso en donde se configura la imagen del alocutario, primero mediante apelaciones directas del locutor (denominaciones como lector, navegante, usuario, la segunda persona, expresiones alusivas o generalizadoras); segundo, omisiones explícitas de su nombre pero inclusión de él en el discurso a través del uso del nosotros inclusivo, de expresiones impersonales y de pronombres indefinidos; tercero, consignación de preguntas o pseudo-preguntas que podría realizarse el destinatario; cuarto, uso de formas negativas para contradecir creencias propias de éste o disipar sus preocupaciones; quinto, vocablos con valor demostrativo que remitirían a otros textos conocidos por enunciador y enunciatario; sexto, comparaciones y analogías; séptimo, sobrejustificaciones; octavo, uso de marcadores metadiscursivos para aclarar explicaciones dirigidas al alocutario.<sup>75</sup>

Aunque hemos citado ejemplos de algunos de los casos anteriores, insistimos en señalar en los textos los rasgos mencionados:

**1) Apelaciones directas al enunciatario:**

Alentadores noticias para los castigados bolsillos argentinos: las PC no sólo son cada vez más baratas, sino que tienden a ser **gratuitas**. **Si leyó bien: gratuitas**. (Bellucci, 1999:5)

**2) Omisiones explícitas de su nombre pero inclusión de él en el discurso:**

---

<sup>75</sup> Este conjunto de rasgos con pequeñas variaciones ha sido considerado por Filinich (1998) cuando cita a Prince (1973) en sus estudios sobre enunciatario.

a) Nosotros inclusivo “Si miramos hacia el futuro un poco más distante, la imaginación no alcanza para dar forma a ese mundo completamente digitalizado”. (Orione, 1999:31)

b) Expresiones impersonales “También se pueden comprar cada una de los componentes en forma independiente, lo que resulta más barato. Pero antes de salir a comprar, es bueno tener en cuenta las siguientes consideraciones: [...]”. (Bellucci, 1999:2)

**3) Consignación de preguntas o pseudopreguntas que podría realizarse el enunciatario:**

El Disco Versátil Digital ahora sí pisa fuerte. Y con su paso ganador promete hacer a un lado a los tradicionales casetes de video. **¿Cuál es su secreto?** Aunque a simple vista parece un CD común, en esos doce centímetros de diámetro se puede almacenar **más de seis horas de película** con sonido digital y hasta ocho canales de audio. (Bellucci, 1999:2)

**4) Uso de formas negativas para contradecir creencias propias de éste o disipar sus preocupaciones:**

Pero en medio de tanta información vaga y a menudo contradictoria, hay algo seguro: las PC hogareñas **no están expuestas** a ningún crash. (Villafañe, 1999:9)

**5) Vocablos con valor demostrativo que remiten a otros textos conocidos por enunciador y enunciatario:**

- “Desde Cnet.com se pueden bajar programas (shareware, freeware y demos) que permiten hacer todo el chequeo de la máquina en forma automática. Por ejemplo, el amigable Ontrack Y2K Advisor...”. (Villafañe, 1999:9)
- “Sin embargo, el centro de atención telefónica explicó al suplemento de Informática que esta alternativa puede **no ser suficiente** para resolver **problemas más sutiles**. Por ejemplo, los que tendría en el Excel 97”. (Villafañe, 1999:9)

**6) Comparaciones y analogías:**

**Otro entuerto para el 38.**

Treinta y ocho años después que el crash del 2000 haya apagado sus ecos, otro nuevo surgirá: el colapso del 2038. (Villafañe, 1999:9)

No bien fue lanzado, Microsoft anunció que el programa era **compatible** con el AOL Instant Messenger. Esta jugada no le gustó nada a la gente de Aol, lo que llevó a una disputa que aún no tiene final. (García, 1999:12)

**7) Sobrejustificaciones:**

Pero el Trae Syne tiene una contra: no lo pueden usar aquellos que tienen Mac. Lo más destacable es que se trata de un sistema muy práctico [...] Pero ahora es más cómodo [...] Además puede funcionar como un efectivo back-up [...] Otra virtud es la facilidad para acceder a la información desde cualquier lugar [...]

Además el Truesyne puede ser usado por varias personas desde la misma máquina. (García, 1999:12)

#### 8) Uso de marcadores metadiscursivos:

- “El equipo trae además un subwoofer: un apartado especial que amplifica los sonidos graves”. (Fuentes, 1999:11)
- “Entre sus virtudes está **ampliar el área de sonido a 360 grados. Esto quiere decir que la persona que se ubique detrás del parlante va escuchar la música con la misma calidad que aquel que se encuentra frente a él**”. (Fuentes, 1999:11)

### 5.4 El rol del divulgador

En el apartado 5.2 indicamos que el rol que cumple el divulgador científico-tecnológico corresponde al de productor y/o autor del enunciado o texto de divulgación. Este rol se equipara en las noticias analizadas del *corpus* al del periodista especializado en Informática, es decir, experto en el tema que trata y reconocido como tal. Por tal razón los títulos y las funciones ejercidas por los autores de los artículos más importantes están claramente especificados, muchas de estas notas la firman profesores de universidades nacionales y extranjeras o investigadores en tecnología<sup>76</sup>. Además, debemos tomar en cuenta que Clarín es el diario de mayor tiraje en el país y que su circulación se extiende a países vecinos, por lo que escribir desde estas dos posiciones de legitimación impone al divulgador una serie de restricciones y exigencias en la construcción del discurso. También en dicho apartado observamos que el divulgador en Informática recurre a papers o entrevistas como base para formular su discurso.

Los *papers*, los artículos científicos y tecnológicos “son instrumentos retóricos, es decir, piezas discursivas destinadas a convencer a científicos o tecnólogos [...]. Los *papers* no son la ciencia, y mucho menos LA VERDAD, sino que se trata de ejercicios que practican los científicos para convencer a los otros de lo importante que son las cosas que hacen” (Kremer, 2005:7). Así como los *papers* responden a un género determinado, así también el artículo de divulgación que trata de hacer público el conocimiento que en el *papers* o en la entrevista nos transmite el científico o tecnólogo, responde a un determinado género y, por lo tanto, debe cumplir con características

---

<sup>76</sup> En su obra “La Retórica”, Aristóteles consideraba de suma importancia la imagen que el orador da de sí mismo, a la que denomina *ethos* oratorio. Por otra parte, Plantin (1996) reconoce como “autoridad mostrada”, la exhibición de cargos o títulos, en el que el discurso está legitimado desde una posición institucional.

específicas. Dijimos anteriormente que una de las particularidades de la divulgación consiste en que sus destinatarios son lectores no expertos o legos a los que el divulgador toma en cuenta en el momento de la escritura del artículo puesto que muchos de los temas publicados en los *papers* o tratados en las entrevistas son demasiado técnicos, complejos o herméticos y, es necesario, para su correcta interpretación, una reformulación o explicación en variante estándar. El divulgador toma en cuenta tanto la reformulación como la explicación de dichos conocimientos en el acto enunciativo. El *ethos*<sup>77</sup> o impresión que el enunciador da de sí mismo y de su relación con el referente y enunciatario es lo que determina el cumplimiento correcto del rol de divulgador. En la mayoría de los casos, el pronombre de primera persona en singular juega con la doble identidad de divulgador, por una parte y la de científico o tecnólogo por la otra. “El divulgador desempeña un papel fundamental en la construcción de las representaciones [sociales] y ello depende, en gran medida, de la identidad y posición que asuma” (Berruecos, 2000:118).

La autorreferencia del divulgador como científico o tecnólogo, portavoz de la comunidad que representa, se aprecia en el *corpus*, mediante el uso de la primera persona del singular y primera persona del plural, esta última (nosotros exclusivo, de modestia o mayestático).

#### **Primera persona singular:**

[...] un amigo arquitecto me preguntó qué monitor era el ideal para trabajar con gráficos y planos. No llegué a abrir la boca, cuando el diseñador de la mesa de al lado exclamó un LCD de 19 pulgadas. Nobleza obliga, elegí cuatro pantallas de dichas pulgadas, ideales para profesionales del dibujo, la fotografía, el cine y la arquitectura. (Mónica García, 2006:8)

#### **Primera persona del plural:**

Y por eso asistimos a la desaparición (en porcentaje) de los “mejores” lenguajes (05/2, Mac OS) a manos de uno solo, omnipotente y depredador: el archiconocido Windows, cuya omnipresencia está más ligada al **marketing que a su funcionalidad** (costo, prestaciones, economía de aprendizaje). (Alejandro Piscitelli, 1999:4)

---

<sup>77</sup> La noción de *ethos* proviene de la Retórica Aristotélica y consistía en la imagen que, implícitamente, daba de él un orador de acuerdo a su manera de hablar; posteriormente este concepto fue utilizado por Ducrot (1984) dentro de un modo pragmático, designando con él al locutor en cuanto tal. Por último, lo retoma Maingueneau (1984, 1991, 1993), quien considera que “todo discurso oral u escrito supone un *ethos*: implica cierta representación del cuerpo de su garante, del enunciador que asume su responsabilidad” (Maingueneau, 1999: 48)

En el segundo ejemplo, el rol de divulgador lo cumple un tecnólogo reconocido en nuestro medio y de amplia trayectoria en el campo de la Informática. El divulgador como intermediario es oponente o no a la transmisión del conocimiento científico-tecnológico. En el primer caso su oposición deriva de su incompetencia; en el segundo, la beneficia por su eficacia (Roqueplo, 1983; Nelkin, 1990; Berruecos, 2000). En las notas de tapa del suplemento, el divulgador prácticamente no aparece en el discurso y si lo hace, surge mediante el pronombre personal de primera persona plural. En muy raros casos el divulgador se menciona en la escena discursiva siempre aparece, por el contrario un enunciador que utiliza fórmulas impersonales.

### 5.5 Modalidades

La modalización como marca dada por el sujeto en su enunciado o como adhesión del hablante a su propio discurso está íntimamente relacionada con las estrategias enunciativas que provocan efectos de sentido.<sup>78</sup> La noción de modalidades deriva de la lógica y se origina en Aristóteles, para quién “es menester [reconocer] el modo en que se relacionan entre sí las negaciones y las afirmaciones que expresan lo posible y lo no posible, lo contingente, lo imposible y lo necesario”.<sup>79</sup> Como modificación del predicado este concepto tiene una extensa trayectoria tanto en lingüística como en lógica modal aunque a partir de la década del ‘60 se ha incorporado a los estudios semióticos con el fin de analizar “las relaciones del sujeto con su enunciado (modalidad como expresión de la actitud del hablante), con su hacer (modificación de los enunciados de hacer por los de estado y viceversa), con el objeto (objeto de valor modal) y con los otros sujetos (circulación de valores modales intercambiables entre los actuales)” (Lozano, 1999:56).

La modalidad como fenómeno discursivo se refiere a cómo se dicen las cosas; es decir, a la expresión verbal o no de sus enunciados; afecta a lo dicho –el contenido proposicional del enunciado– porque añade la perspectiva desde la cual el locutor considera lo que dice; por tanto se trata de la visión, del modo en que se ve aquello de que se trata. La modalidad es un concepto que se refiere a la relación que se establece entre el Locutor y los enunciados que emite. (Calsamiglia y Tusón, 1999:174)

---

<sup>78</sup> Maingueneau (1989) toma este concepto de Weinreich.

<sup>79</sup> Lozano transcribe la cita aristotélica extraída del texto de Ferrater Mora (1979)

Charles Bally, precursor indirecto de la teoría de la enunciación, emplea esta noción como la forma lingüística de un juicio intelectual, de un juicio afectivo o de una voluntad que un sujeto pensante enuncia a propósito de una percepción o de una representación de su espíritu.<sup>80</sup>

Por otra parte, Ofelia Kovacci cuando se refiere al tema de las modalizaciones textuales, es decir, las referidas a textos argumentativos, considera que deben tomarse en cuenta cuatro elementos:

- 1- Indicación de la presencia del hablante como tal (sujeto de la enunciación)
- 2- Actitud que adopta frente al “dictum”
- 3- Posibilidad de indicación de la presencia del oyente (alocutario)
- 4- Probabilidad de la intervención de otro ego como responsable de una actitud (Discurso referido) (Kovacci, 1986).

Dominique Maingueneau (1989), basándose en André Meunier (1979) y M.A.K Halliday (1985), distingue las modalidades enunciativas en tres clases: **modalidades de enunciación, de enunciado y de mensaje** (únicamente, las dos primeras clases son reconocidas por Meunier y Halliday).

### 5.5.1 Modalidades de enunciación

“La modalidad de enunciación corresponde a una relación interpersonal, social, y exige, en consecuencia una relación entre los protagonistas de la comunicación” (Maingueneau, 1989:126). Esta modalidad está relacionada con la teoría de los actos de habla, en tanto que interrogar, ordenar, declarar, son distintos actos que implican relaciones sociales diferentes entre los protagonistas. Una frase únicamente puede recibir una modalidad de enunciación ya sea ésta declarativa, interrogativa, imperativa o exclamativa, como lo muestran los siguientes ejemplos extraídos de la nota de tapa del 11 de agosto de 1999:

**Declarativa o asertiva:** Los fabricantes de chips no descansarán el año que viene (Braginski, 1999:2).

---

<sup>80</sup> Citado por D. Maingueneau (1989: 125). Este autor, a su vez, aclara que en cada frase hay dos elementos que deben ser distinguidos: el **dictum** y la **modalidad**. El dictum corresponde al contenido representado –intelectual-, a la función de la comunicación en la lengua, mientras que la modalidad remite a la operación psíquica que tiene por objeto el dictum.

**Interrogativa:** ¿Quién imaginaba, hace sólo unos años, que la computadora se convertiría en un elemento vital para el trabajo, la educación, la comunicación y el entretenimiento de la gente? (Braginski, 1999:2).

**Imperativa:** Basta de cables de distintitos tamaños y formas (Braginski, 1999:3).

**Exclamativa:** ¡Las webcam vienen cada vez más poderosas! (Braginski, 1999:4).

Otras veces las modalidades de enunciación se incorporan a los subtítulos como los casos siguientes:

Qué hay que tener (Bellucci, 1999:2).

Dónde conseguir aquella película (Bellucci, 1999:4).

O aparecen en las ventanas o recuadros:

¿Con esto qué lograron? (Bellucci, 1999:2)

Un enorme llavero digital (Bustos, 1999:2).

De las modalidades de enunciación señaladas, las más frecuentes son las declarativas o asertivas, podemos decir, podemos decir que el 99% del *corpus* está construido con el uso de éstas. Aunque, en menor medida, aparecen también las interrogativas, respecto de las imperativas si bien se utilizan, se muestran encubiertas por el uso de expresiones discursivas condicionales o instructivas, como en: “El proceso es simple: para los que usan Internet Explorer, primero tienen que tipiar la dirección del portal, por ejemplo <http://www.netscape.com>. Cuando se descargue toda la página, hacer un clic en ver/opciones de Internet y seleccionar la solapa que dice General” (Bustos, 1999:4).

Los ejemplos de modalidades de enunciación exclamativas son muy escasos y, si se utilizan, por lo general omiten los signos: “Tampoco se olvida del **comercio electrónico**. Desde autos, flores y artículos para oficina hasta ropa, perfumes y vitaminas, Neteenter amplía todavía más la oferta de productos que ya existe para comprar en Internet” (Bustos, 1999:4).

### 5.5.2 Modalidades de enunciado

Las modalidades de enunciado se caracterizan por la relación en que dicho enunciado se sitúa respecto de la verdad, la falsedad, la certidumbre, etc., es decir las



modalidades lógicas. O también respecto de los juicios apreciativos (modalidades apreciativas). Ambas modalidades de enunciado no se basan en la relación hablante/oyente (Maingueneau, 1989).

Los enunciados verdaderos o falsos no están moralizados y desde el punto de vista de la lógica como ciencia se les atribuye un grado cero de modalización. “Sin embargo, en el uso lingüístico incluso un enunciado exento de marcas puede adquirir modalización por el contexto (Calsamiglia y Tusón, 1999:176).

La noticia del 8 de setiembre de 1999 presenta ejemplos de **modalidades lógicas**:

**Verdad:** “Con el kid **tendrá la certeza** de que las piezas son compatibles entre sí, esto puede ahorrar más de un dolor de cabeza”. (Bellucci, 1999:2)

**Falsedad:** “**Es falso** que entre las novedades del 2000 habrá nuevas formas de acceder a Internet”. (Bellucci, 1999:2)

**Probabilidad:** “Los proveedores tratan de incorporar más y más gente. Pero, mientras la seguridad no se plantee seriamente, los problemas crecerán”. (Bellucci, 1999:4)

**Deber:** “Si Ud., decide incorporarse al mundo del DVD desde su PC, debe saber que tiene dos opciones”. (Bellucci, 1999:2)

Las **modalidades apreciativas** ofrecen mayores dificultades u obstáculos para su descripción o clasificación. En las notas de tapa analizadas, el uso de este tipo de modalidades es menos frecuente. Señalamos tres ejemplos encontrados en la noticia, titulada “Bits, menos seguros”, de Ian Austen, publicados el miércoles 4 de agosto de 1999 y uno, perteneciente a la nota de tapa del 8 de Septiembre del mismo año, escrita por Marcelo Bellucci.

**Lo vulnerable.** “Según algunos expertos de seguridad en computación, las conexiones por cablemodem y DSL hace que muchas computadoras hogareñas **sean vulnerables** a los hackers”. (Austen, 1999:4)

**Lo útil.** “Si bien puede ser una molestia marcar cada vez que uno quiere controlar el correo, esa práctica brinda automáticamente cierto grado de seguridad”. (Austen, 1999:3)

**Lo necesario.** Para disfrutar del DVD-Rom se deberá contar con una compu equipada con lector de DVD,...”. (Bellucci, 1999:2)

### 5.5.3 Modalidades de mensaje

La modalidad de mensaje es para Maingueneau una cuestión muy delicada porque se trata del valor modalizador de ciertas transformaciones sintácticas, es decir estas modalidades se relacionan con la incidencia semántica de ciertas transformaciones sintácticas realizadas por el enunciador como parte de su estrategia discursiva. El puede destacar o no cierto elemento a partir del lugar que se le asigne en el enunciado. Dos operaciones básicas son posibles: la tematización y, ligada a ésta, la pasivación.

#### 1) La tematización

El lingüista inglés M.A.K. Halliday (1985) insiste en la existencia de dos componentes en la oración: el **tema** y el **rema**. El **tema** es el elemento primordial, sujeto psicológico para Halliday, destacado generalmente en su posición inicial y que se interconecta al resto de la oración. Puede o no coincidir con el sujeto gramatical mientras que el **rema** es lo que se dice del primero. También reciben los nombres de **tópico** y **comento**, respectivamente. El tema es el punto de partida del mensaje y en esta posición el enunciador puede ubicar distintas partes de su enunciado.<sup>81</sup>

Las modalidades de mensaje provenientes de la tematización en el texto abundan en las notas de tapa tratadas y, abarcan los diversos desplazamientos considerados por Maingueneau. Ejemplos de ellas son los siguientes, aparecidos en la nota del 31 de marzo de 1999.

#### - Desplazamiento a posición inicial:

“¿Qué diferencias notables hay entre un sistema operativo como Windows 98 y, por ejemplo, el Linux? [...] El Linux, por su parte es más robusto y estable [...] En 1993, Linux Torvalds creó su propio sistema operativo [...] Hoy, Linux está en más de seis millones de computadoras en el mundo”. (Distéfano-Bustos, 1999:2)

- **Realce por medio de “es que”**. La transformación puede operar sobre varios constituyentes.

“La apuesta fuerte es que – al contrario de lo que pasa con Microsoft o Apple – la mayoría de estos sistemas son **gratuitos** [...]” (Distéfano-Bustos, 1999:2)

---

<sup>81</sup> Maingueneau opina que diversas transformaciones permiten colocar en posición de tema “a tal o cual constituyente de la oración” y cita entre otras desplazamiento a la posición inicial; realce por medio de “es que”; énfasis (que se acompaña de una dislocación).

- **Énfasis:** la transformación puede operar sobre:

- El sujeto  
“Linux no tiene **ningún** problema de convivencia”. (Distéfano-Bustos, 1999:2)
- El objeto directo  
“Al **instalarlo** [...] detecta que existe otro sistema”. (Distéfano-Bustos, 1999:2)
- El objeto indirecto y directo  
“El BeOs les resultará **más que atractivo**”. (Distéfano-Bustos, 1999:2)
- Un grupo preposicional  
“La ubicación del tema es indisociable del contexto, en él encuentran su plena justificación”. (Distéfano-Bustos, 1999:2)  
En la **Argentina**, la versión en español saldrá en abril (Distéfano-Bustos, 1999:2).

## 2) La pasivación

La transformación pasiva está ligada directamente al problema del tema porque de él resulta la colocación del objeto directo en posición inicial. La pasivación plantea dos problemas específicos relacionados con el “agente” del proceso: uno, hacer desaparecer al agente y, dos, destacarlo por medio de una preposición.

La omisión o supresión del agente puede deberse a varias causas: el agente es perfectamente conocido, o desconocido, o no se lo quiere mencionar. Respecto del segundo caso observamos el siguiente ejemplo que pertenece al tema de tapa titulado “La entrada a la web por la puerta grande”, del 12 de mayo de 1999:

“El futuro de los portales **parece estar marcado por la especialización**”.  
(Bustos, 1999:2)

En el ejemplo señalado, el agente se destaca por la preposición “por”. En él se materializa el núcleo informativo. Si bien sintácticamente éste concentra la singularidad o especialización, desde el punto de vista del significado no se manifiesta de igual forma, porque el verdadero sujeto de la acción comentada es el especialista o responsable de dicha especialización.

## 5.6 Relación entre el discurso propio y las voces ajenas.

En el capítulo tres al tratar el tema del discurso de divulgación en tecnología informática abordamos el dialogismo como característica relevante. En este capítulo retomamos dicho tema a los efectos de apreciar la relación existente entre el discurso propio y las voces ajenas que circulan dentro de él. El proceso enunciativo no puede ser explicado sino a partir de la relación con la palabra del otro. La unidad real del lenguaje en tanto discurso no es el enunciado fonológico aislado sino la interacción discursiva, de la cual el diálogo en sentido estricto es la más importante de sus formas pero no la única. (Voloshinov, 1992)

Esta posibilidad de hacer circular otras voces en el interior del discurso propio es lo que Bajtín ha denominado la polifonía de la narración. El propósito de Bajtín fue mostrar el hecho de que la lengua no es monolítica sino que conviven en su interior, jergas, dialectos, acentos, lenguajes particulares, es decir que en el tejido textual, y de múltiples maneras, está presente lo ya dicho, los otros textos, así como las diversas voces sociales con sus peculiares registros. Esta caracterización general de la lengua convalida la concepción según la cual el sujeto hablante no es la fuente ni dueño de su discurso sino que su habla hace circular ideologías, creencias, valores que lo desbordan; su habla es más un mosaico de citas en conflicto (parodias, ironías, refundiciones) que un supuesto discurso homogéneo. (Filinich, 1999:46)

Anteriormente señalamos que Oswald Ducrot (1984) y Daniel Jacobi (1984, 1987) retoman los conceptos de Bajtín sobre dialogismo y polifonía para trabajarlo en el interior del enunciado. En un único enunciado puede reconocerse la presencia de varios enunciadores. La polifonía posibilita de este modo la circulación de otras voces en el interior del discurso propio. Esta problemática contradice el principio de unicidad del sujeto hablante, inscribiéndose en el concepto de heterogeneidad discursiva. El propósito de Bajtín como lo señalara Filinich, fue mostrar el hecho de que la lengua no es monolítica sino que conviven en su interior jergas, dialectos, lenguajes particulares, y que “tal heteroglosia [...] se pone de manifiesto mediante el trabajo de estilización de los diversos lenguajes”. (Filinich, 1998, 46)<sup>82</sup> Por tal razón, el sujeto hablante no es la fuente de su discurso sino que éste es reservorio de ideologías, creencias y valores circundantes.

El concepto bajtiniano, utilizado posteriormente por Ducrot (1984), se opone a la unicidad del sujeto hablante, en un único enunciado podemos reconocer la presencia de

---

<sup>82</sup> Filinich incorpora las palabras de Bajtín en su propio texto.

el sujeto hablante y el locutor. El primero es un ser empírico, mientras que el segundo conjuntamente con el enunciador son instancias discursivas.

Los textos de divulgación en Informática, como todos los textos de divulgación científica y tecnológica son enunciados polifónicos porque se construyen sobre la presencia de diversas voces en el discurso. El enunciado de divulgación siempre remite a enunciados anteriores (*papers*, entrevistas, protocolos, informes, etc.) y reproduce voces ajenas incorporadas al nuevo texto, quién guarda todo tipo de relaciones con él o los enunciados anteriores.

Por los motivos señalados anteriormente, el enunciador no se presenta como fuente de lo que dice, es más, generalmente, remite a uno o más textos-fuente que le sirven de base. Si bien el enunciador manifiesta su punto de vista, casi siempre su voz queda disimulada o encubierta en oraciones impersonales o de tercera persona. Si admitimos que el enunciador de la noticia de divulgación no se presenta necesariamente como fuente de lo dicho, podemos aseverar que el enunciado de la nota refleja en algunos casos diferentes puntos de vista y también que en su entramado textual se reproducen voces distintas, ajenas al discurso del enunciador o propio, quien entabla con ellas un diálogo constante.

Como dijéramos anteriormente, el discurso de divulgación en ciencia y tecnología ofrece la particularidad de jugar con el propio discurso, por ejemplo reflexiona sobre su propio discurso, discurre sobre parte del discurso, utiliza el discurso de otros en el propio, enmarca un discurso dentro de otro tipo de discurso y juega con las voces enunciativas. La verdadera polémica de este discurso es su dimensión dialógica. Este aspecto, probablemente el más paradójico, hace de la lengua científica y tecnológica una herramienta que, por un lado, está destinada a transmitir un saber fijo, dogmático y, por el otro, sobrecarga de tecnicismos “manía que sólo puede captar un pequeño círculo de especialistas que apuntan sus estrategias de lucha, sus polémicas a la conquista de la autoridad científica” (Jacobi, 1984:38).

El lenguaje científico en tanto sistema lingüístico únicamente puede definirse plenamente en la interacción de sus interlocutores y en las modalidades discursivas que constituyen la esencia de todo lenguaje. Previamente, en el capítulo 3, habíamos señalado que, el dialogismo era la característica genérica del discurso tratado. Esta característica prevalece a pesar del uso de la tercera persona que aleja y desfigura la voz discursiva del locutor hasta esfumarla en una no-persona. Sin embargo, la subjetividad subyacente e intencionalidad del enunciador se constituye como un diálogo virtual con

el coenunciario, como en los ejemplos expuestos a continuación: “Para los chateros infatigables, dispone de un programa totalmente gratuito llamado Star Media express, que al mejor estilo ICQ transmite mensajes al instante [...]. Para los que se animan al inglés, pueden entrar a Internet por estas puertas [...].” (Bustos, 1999:3).

En otros fragmentos, el locutor orienta y persuade a su interlocutor con directivas precisas sobre los pasos a seguir: “Una vez allí, habrá que seleccionar la **Página Principal** y hacer clic en el botón **Usar actual**, luego en **Aplicar** y finalmente en **Aceptar**. A partir de este momento, cuando abra el navegador aparecerá el portal seleccionado” (Bustos, 1999:4).

### 5.6.1 Citas expresas

#### Discurso directo y objetividad

Generalmente se considera que la objetividad discursiva depende de respetar la literalidad de las palabras ajenas en el propio discurso como sería el discurso directo, en el que se transcriben fielmente las palabras de un locutor.

Pero, la objetividad no depende exclusivamente del grado de conformidad del discurso citado respecto al original, sino también de si existe o no intervención, desviación del sentido, etc, por parte de quien cita (L) en las palabras reproducidas, y esa intervención se puede producir en las reproducciones más fidedignas. (Lozano, 1999:149)

El hecho de sacar las palabras de su contexto lingüístico, y extralingüístico en que se dieron para introducirlas en una “nueva relación dialógica” implica la adquisición de nuevas significaciones. Pero, también significa conferirles algo de nuestra propia voz en “lo que es prácticamente una gradación infinita de niveles de extrañamiento y apropiación” (Bajtin, 1977: 220). Existen varios modos de introducir en el discurso del segundo locutor (L), las palabras ajenas o del primer locutor (L<sup>1</sup>).

▪ **Cita de autoridad:** En este tipo de cita se utiliza las palabras de otro para, a través de ellas, y sin dejar de mostrar que son de otro, expresarse uno mismo.

En el caso de Solaris, aquellas máquinas que tengan la última versión (la séptima) no tendrán problemas hasta después del año 3000. El resto, con versiones anteriores gozará de compatibilidad hasta el 19 de enero del 2038. “Para esa fecha las computadoras con una versión más antigua se actualizarán, por lo que Internet seguirá funcionando sin problemas”, según Alejandro

Raffaele, director de marketing de Sun en la Argentina. (Distéfano y Bustos, 1999:2)

En este fragmento, el discurso citado aparece entrecomillado y si bien, no lo precede guión de diálogo ni dos puntos que indiquen los límites entre los discursos citante y citado, tampoco se observan marcas de la primera persona de la enunciación. La preposición “según” asume el rol del verbo de decir, seguida por el nombre y apellido de la voz citada y el cargo correspondiente al funcionario en el discurso citante lo que lo convalida y legitima. El efecto de fidelidad y objetividad del discurso citado se obtiene mediante la presentación directa de las palabras del primer locutor (L<sup>1</sup>). La introducción de la voz de la fuente intertextualizada en el discurso del segundo locutor es lo que permite que haya “dos enunciadores simultáneos, el locutor citado y el citador, pues éste manifiesta total identificación con dichas palabras. Y utilizándolas se autocalifica con la autoridad de L<sup>1</sup>” (Lozano, 1999).

- En ocasiones la cita en DD tiene la función de calificar al locutor citado sin expresar algún juicio o valoración explícitos sobre él o sobre sus palabras.

Los sistemas de seguridad de Internet están siendo vulnerados por una técnica conocida como **husmeo**. Consiste en usar un software que revista automáticamente las computadoras conectadas a Internet y evalúa su **nivel de seguridad** y detecta los sistemas vulnerables. “No es raro que alguien trate de abrir la puerta de una máquina hogareña”, dice Mc Elearney.<sup>83</sup>

Para los invasores de lo ajeno, una computadora que corra bajo sistema operativo de Mac o bajo Windows 95 o 98, sin las últimas actualizaciones de seguridad del fabricante o sin software adicional, es lo más parecido a una **puerta sin llave**. (Ian Austen, 1999: 4)

En esta cita el locutor (L) se sitúa como “mero portavoz” de las palabras de L’ y, sin embargo, el hecho de que utilice el discurso directo (DD) para transmitir las puede servir para atribuir una actitud valorativa hacia lo dicho por L’. El locutor citante no se atribuye ninguna responsabilidad sobre el enunciado citado ni tampoco interviene en él y, sin embargo, cuanto más literal y fiel sea la reproducción de las palabras por una parte y, por otra, mayor será la cualificación del mensaje de L’.

---

<sup>83</sup> Kevin Mc Elearney es vicepresidente de servicios de Road Runner, una sociedad cablemódem que incluye a Time Warner Entertainment, Mediane, Microsoft, Compaq y Advance/Newhouse.

- También este fenómeno se produce en aquellos casos en que la expresión corresponde al código lingüístico de L' pero no al de L. El locutor (L) informa acerca de la extracción nacional, sociocultural, etc., de L1 reproduciendo su uso de la lengua.

La historia de Sergio es una **mixtura de bits y corcheas**.

A los dieciocho años, mientras un profesor de análisis matemático de la Facultad de Ingeniería explicaba, la forma de obtener correctamente una derivada, Vainikoff prefería dedicar la hora de clase a componer corales de armonía [...] “Siempre tuve muy buena relación con la tecnología – explica – A los 12 años era radioaficionado, diseñaba y armaba los transmisores con mis propias manos [...] Mi laburo fue mi tarjeta de presentación para generar más laburo. Toqué con casi todo el mundo. (Pirogusky, 1999: 5)

- Además, hay otro caso de intervención del enunciador en las palabras ajenas, siempre dentro de los márgenes del discurso directo (DD). En esta oportunidad, el locutor (L) descalifica tanto a las palabras como al locutor citado (L').
- Por último, hay textos que presentan en DD al locutor citado (L') como único responsable de lo que se dice, evitando la reformulación y la síntesis que denotarían la presencia del locutor citante (L):

Alan Davidson, analista político del Centro para la Democracia y la Tecnología, con sede en Washington aseguró que las medidas que se quieren tomar tendrán un gran impacto en toda la comunidad de Internet pero “pocos consumidores y grupos de interés han sido involucrados en la toma de decisiones. (Giglio, 1999: 7)

En este ejemplo, el locutor citante (L) toma distancia del locutor citado (L'), primero mediante reformulación de aquello que cita (uso de discurso indirecto), después con el uso de comillas que reproducen fielmente las palabras del segundo.

### **5.6.2 Discurso indirecto**

Este discurso consiste en una “transmisión analítica del discurso ajeno”, producido y desarrollado en forma simultánea y conjunta con dicha transmisión. La tendencia analítica del DI se manifiesta, fundamentalmente, en el hecho de que todos los elementos emocionales y afectivos de dicho discurso no se transfieren de la misma manera al discurso citante. Se transfieren de la forma del discurso a su contenido y sólo



así se introducen en una construcción indirecta, o bien se transmiten en la oración principal como comentario desarrollado del verbo introductor. (Voloshinov, 1992)

El siguiente ejemplo, se redacta primero en discurso directo (DD) tal cual aparece en la nota de tapa del 31 de marzo de 1999 y, posteriormente se transforma a discurso indirecto (DI):

“Para esa fecha las computadoras con una versión más antigua se actualizarán, por lo que Internet seguirá funcionando sin problemas” según Alejandro Raffaele, director de marketing de Sun en la Argentina.

Alejandro Raffaele, director de marketing de Sun en la Argentina dijo que para esa fecha las computadoras con una versión más antigua se actualizarían, por lo que Internet seguiría funcionando sin problemas.

En el segundo caso, construido en discurso indirecto, el locutor (L) introduce las palabras citadas (L') anteponiendo su nombre y apellido, cargo y un verbo de decir en tercera persona del singular del Pretérito Perfecto de Indicativo “dijo”, acompañado del relativo que, además traslada los verbos en futuro “actualizarán”, “seguirá” de la construcción en discurso directo (DD) al condicional “actualizaría” y “seguiría” característicos del discurso indirecto (DI).

Enunciativamente supone la reformulación por parte del enunciador de aquello que cita: el enunciador (o locutor, L) puede reproducir más o menos fielmente la expresión utilizada por L' cambiando los verbos y las personas o bien sintetizar su contenido, o utilizar sus propias palabras para transmitir lo que L' dijo en las suyas (por estas razones el DI puede ser considerado menos 'objetivo' que el DD). Las localizaciones se hacen por referencia a quien cita, no al locutor citado: además de los tiempos verbales, las expresiones referenciales y deícticas son seleccionadas desde el punto de vista de quien cita. (Lozano, 1999:151)<sup>84</sup>

En algunas oportunidades, el DI transmite el acto ilocucionario realizado por L' (Ducrot, 1980a), en esta forma L se convierte en mero portavoz del discurso transmitido. Encontramos ejemplos de este caso en la emisión de órdenes y reproducción de resúmenes o síntesis del contenido.

▪ Según sus creadores, Solaris está diseñado para soportar grandes archivos multimedia, procesamiento de operaciones en línea y alojar sitios completos de una empresa. (Distéfano y Bustos, 1999:4)

---

<sup>84</sup> Lozano extrae los conceptos citados de Filinich, 1981: 155.

- Las grandes empresas productoras de soft y hard anunciaron versiones de sus productos para Linux. En el caso de IBM, que quiere lanzar su software de administración de archivos Enterprise File Systems en versión Linux. El gigante azul **anunció, además, que sus bases de datos DB2 también soportarían archivos Linux.** (Distéfano y Bustos, 1999:4)

Para Voloshinov (1992) la introducción de la palabra ajena mediante el discurso indirecto (DI) se realiza mediante dos modalidades: la analítico-temática y la analítico-discursiva. En la primera, el discurso indirecto transmite analíticamente lo que dijo el hablante (composición temática), es decir, desde este punto de vista se percibe el enunciado ajeno en un plano puramente temático. Esta modalidad despersonaliza el discurso citado y “se desarrolla en un contexto citante algo racionalista y dogmático”. El ejemplo precedente ilustra esta forma. En la segunda, el discurso ajeno puede ser percibido y transmitido analíticamente en cuanto expresión, que caracteriza no sólo el tema del discurso sino al mismo hablante. Ofrece mayores dificultades de uso en el discurso de divulgación científica-tecnológica y no hemos encontrado ejemplos que puedan identificarse con ella.

#### **5. 7 Comparación del proceso enunciativo de las notas de tapas publicadas en 1999 con las correspondientes a 1997 y 2002.**

Tanto las notas de tapa publicadas en 1999 como aquellas que se editaron en 1997 y 2002 presentan dos características similares en sus situaciones de enunciación respecto de los elementos que intervienen en ellas, sin embargo difieren notablemente desde el punto de vista de la interpretación o contexto situacional. Revisemos las noticias seleccionadas del '99, encontramos:

**a) En primer lugar, estrategias de disimulación u omisión del enunciadador.**

El ejemplo siguiente que corresponde a la nota titulada “La entrada a la web por la puerta grande”, publicada el miércoles 12 de mayo, dice:

La inmensidad y el desorden de Internet lanzan a los cibernavegantes a búsquedas que más de una vez resultan tediosas. Hay tres maneras de meterse en la gran telaraña virtual: una, conocer la dirección exacta de un lugar; otra, echar mano a un motor de búsqueda que servirá como guía. Pero hay una

tercera, acaso la más rápida, precisa, completa y organizada: los **portales**, grandes y atractivos sitios que ofrecen las mejores alternativas online. Y ahora, dirigidos exclusivamente hacia temas específicos. (Bustos, 1999: 2)

En el comienzo del texto la posición de enunciación aparentemente muestra un distanciamiento del enunciatario señalado por la nominalización. Pero, al mismo tiempo e implícitamente, exhibe cierta focalización sobre Internet que estimula al destinatario a adoptar el mismo punto de vista. Con la construcción impersonal “Hay tres maneras”, se acentúa la distancia respecto de este último y apreciamos con mayor nitidez la disimulación del sujeto, hecho que se mantiene hasta el final del fragmento analizado. Sin embargo, ciertos indicios en el texto nos permiten detectar la subyacencia de la subjetividad enunciativa: “búsquedas [...] tediosas”, “telaraña virtual”, “echar mano a un motor de búsqueda”, “más rápida”, “atractivos sitios”, “mejores alternativas”, “exclusivamente”. Tanto el uso de subjetivemas como de frases hechas y adverbios de cantidad y modales, nos indican que, a pesar de la construcción en tercera persona gramatical o en formas impersonales del verbo, el responsable del enunciado es un locutor que utiliza la tercera persona para borrar sus huellas. Esta estrategia se repite en las otras notas seleccionadas, por ejemplo en “La autopista virtual cada vez más rápido”, del 4 de agosto del mismo año:

Navegar por Internet con los rapidísimos módem de 56 kilobits por segundo (Kbps) es lo mismo que ir por la ruta dos con un cero kilómetro de buena marca. El viaje será cómodo y seguro pero sin mucha emoción ni demasiados chiches. Pero para recorrer la Web con la misma emoción de un Michael Shumacher o Mika Hakkinen, lo mejor es contar con dos de las tecnologías que más dan que hablar: el cablemódem o la Digital Subscriber Line (DSL). (Distéfano, 1999: 2)

Si bien, nuevamente, en este enunciado, se utiliza la tercera persona para marcar la distancia entre locutor y alocutario y con ello, legitimar la neutralidad y objetividad de lo dicho, tanto los referentes comparativos “módem de 56 kilobits”, “automóvil cero kilómetro”, como el uso de expresiones “buena marca”, “mucha emoción”, “demasiados chiches”, indican que un enunciador en primera persona subyace en el texto observado. Similar a los dos enunciados anteriores, la noticia del miércoles 11 de agosto, titulada “La compu del 2000, más veloz y divertida”, comienza de la siguiente forma:

El año 2000 siempre estuvo dominado por múltiples fantasías futuristas, muchas veces alejadas de la vida cotidiana. Pero el 2000 ya llega. Y, con él, una compu definitivamente **integrada a la vida cotidiana**, convertida – virtualmente – en un **electrodoméstico más** unida a través de una poderosa red

que conecta a **165 millones de personas** de todo el mundo, y con precios **cada vez más accesibles**. (Braginski, 1999: 2)

El agente de la acción, en este ejemplo, pareciera ser el año 2000. La personificación sirve para encubrir la figura enunciativa. Idéntica función cumplen las expresiones enfáticas “integrada a la vida diaria”, “un electrodoméstico más”, “165 millones de personas”, “precios cada vez más accesibles” que aunque en la superficie dirigen su sentido a la descripción de la computadora y la red interconectiva, en su interior, desvían la acción del enunciador del mensaje al referente.

Por último, en la publicación del 8 de septiembre del año observado que se titula “El DVD trae a casa la magia del cine”, leemos:

Las luces se apagan y se enciende la compu; la función está por comenzar. De la mano del **DVD**, toda la magia del cine irrumpe en los hogares. En los videoclubs argentinos ya se alquilan y venden **más de 3000 títulos** de todo el mundo. Y para el mes que viene se anunció el lanzamiento de **Alma mía**, la primer película argentina editada en el país. (Bellucci, 1999: 2)

Como en los casos anteriores, en éste el uso de ciertas formas pronominales que acompañan los verbos “se apagan”, “se enciende”, “se alquilan”, indica la tercera persona. Estos pronombres son “sustitutos abreviativos [...] que reemplazan uno u otro de los elementos materiales del enunciado”. (Benveniste, 1985: 177) Este tipo de construcciones de **se + verbo**, aunque aparentemente desvían la responsabilidad de lo que se dice al objeto o referente textual, no logran borrar totalmente las huellas o marcas del enunciador que pueden identificarse sin mucho esfuerzo en el enunciado.

Los pronombres **él, lo, esto, se**:

[...] cumplen una función de representación sintáctica que se extiende así a términos tomados a las diferentes partes del discurso y que responde a una necesidad de economía, reemplazando un segmento del enunciado, y hasta un enunciado entero por un subtítulo más manejable. No hay así nada en común entre la función de estos sustitutos y la de los indicadores de persona. (Benveniste, 1970: 177)

Como bien lo señala Filinich (1998), esta idea ya estaba presente en los gramáticos de Port-Royal, quienes consideraban que la palabra persona, conviene a sustancias razonables e inteligentes, por lo tanto sólo es apropiada para las dos primeras, puesto que la tercera se aplica a toda suerte de cosas y no solamente a las personas”. (Arnault y Lancelot, 1969)

Si comparamos las noticias del `99 con los artículos de divulgación de 1997 del mismo género encontramos que, en las cuatro notas seleccionadas se utiliza la

**estrategia de disimulación u omisión del enunciador** de similar manera que las analizadas anteriormente. Esta técnica se presenta en los temas de tapa del '97 con una variante porque la acompañan apelaciones directas al destinatario:

Sea cual fuere la máquina que tengan, los usuarios de las computadoras suelen fantasear con los chiches que algún día le pondrán a su equipo. Incluso muchos ya están pensando en hacerle un lifting a la compu antes de haberla comprado. Y ni hablar si pasa cierto tiempo desde que la PC fue instalada, caso en el que aquella idea termina por convertirse en una obsesión fatal. (Villafañe, 1997: 2)

En el enunciado precedente la voz del locutor se dirige al público lector como destinatario, a través de la figura del usuario de la computadora e incorpora una representación del mundo real en el discurso (equipo/máquina). No aparecen deícticos de persona, tiempo o espacio que muestren al enunciador en primera persona, por tales motivos, advertimos un mayor alejamiento del destinatario, podríamos decir que se produce en el enunciado una omisión del sujeto hablante. Sin embargo, estas huellas persisten. Como en los casos anteriores la utilización de expresiones impropias del lenguaje tecnológico “fantasear con los chiches”; “hacerle un lifting a la compu”; “obsesión fatal”, son indicios de la subjetividad subyacente.

La Internet y la televisión mantuvieron hasta el momento vidas paralelas. Cada una en lo suyo, con su público, en su terreno. Hija del fin de siglo, la Internet es naturalmente flexible, seductora, inquietante. Anárquica por definición y naturaleza. Nacida en los años cuarenta, la televisión es, en cambio, un medio que de golpe supo ganarse ‘a las masas’. Se metió con todo en los hogares. Y así conquistó al mundo entero. (Braginsky, 1997:2)

Las personificaciones de Internet y la televisión se construyen no sólo sobre la base de nominalizaciones sino también sobre el hecho de poseer vidas propias y mantenerlas en forma paralela. Estas personificaciones se enfatizan con la sucesión enumerativa de cómo llevan esas vidas “Cada uno en lo suyo”, “con su público”, “en su terreno” (actividad, destinatario, espacio de producción y circulación). Posteriormente a esta saga personificadora le sigue una serie de subjetivemas que definen aún más los rasgos de la primera “flexible”, “seductora”, “inquietante”, “anárquica”. Inmediatamente aparece en el enunciado los orígenes del segundo término comparativo “nacida en los años cuarenta” y una sucesión de estereotipos sobre televisión “medio que supo ganarse a las masas”, “se metió en todos los hogares”; “conquistó el mundo entero”. El enunciador, como en casos anteriores, pareciera construirse sin sujeto.

Encendió la computadora y los ojos de ella quedaron prendidos a los suyos. Allí estaba su sonrisa, la cálida sonrisa de siempre. La miró y por dentro sintió

unas nuevas cosquillas como cuando se conocieron. Entonces pensó que no fue mala idea comprar el escáner. Gracias a ese pequeño aparato pudo ingresar a la computadora la foto del último verano que pasaron juntos. (Braginski, 1997b: 2)

El locutor focaliza y describe la escena vivida por el sujeto, referente de la narración. La escena descrita corresponde a un mundo ficcional alejado de la realidad tecnológica, la que solamente puede apreciarse con el vocablo escáner. Como en casos anteriores se desdibuja el enunciador para dar paso a una escritura aparentemente distanciada de su situación de enunciación.

**Bienvenidos al mundo globalizado. Un mundo frenético, que incentiva y obliga a estar comunicados. Día y noche, y desde cualquier lugar del planeta. Un mundo en el que cualquier persona, equipada con una PC y un módem, puede acceder a millones de otras computadoras alrededor del globo. El año 1997 les da la bienvenida, a todos los habitantes del planeta, a un mundo definitivamente intercomunicado.** (Braginski, 1997c: 2)

En esta última nota de tapa del año 1997, a pesar de que el enunciador se encubre en la tercera persona, cuando utiliza la palabra “bienvenidos” para apelar a los destinatarios queda al descubierto aunque, posteriormente, pretenda desviar esa “bienvenida” y atribuírsela a la personificación del año. Esta estrategia textual de simulación y encubrimiento del sujeto o enunciador también la observamos en las notas correspondientes al 2002 aunque en ellas, el enunciado muestra con mayor frecuencia el acercamiento al destinatario, sobre todo por la necesidad de solidarizarse con la situación de este último.

En “Los datos no cesan de viajar entre las compus”, el locutor interpela en el comienzo de la nota con una pregunta retórica a un supuesto destinatario. “A quién no le pasó alguna vez que debía realizar una tarea en una PC y el material con el que debía contar estaba en otra máquina”. (Raimondi y Milla, 2002:2)

Este procedimiento le permite acortar la distancia entre él y su enunciatario y, a su vez, colocarse o incluirse en el mismo nivel que posee este último. A la interrogación le sucede una aseveración enfática: “Y encima, el tamaño de los archivos superaba y por mucho a la capacidad de almacenamiento de los ya vetustos disquetes...” (Raimondi y Milla, 2002:3).

Ambas técnicas tienen la misma finalidad, atraer al destinatario acercándolo a la voz enunciativa para prepararlo y predisponerlo al desarrollo explicativo y

argumentativo del texto. Pero, como en casos anteriores, la construcción del enunciado se realiza en tercera persona gramatical que disimula o niega el sujeto de la enunciación.

En la nota del 6 de marzo “Cambiá la imagen de tu compu sin pagar tanto” desde el título se observa la huella o marca del locutor, por ejemplo en el uso argentino de la persona verbal “cambiá” con que apela al alocutario. Sin embargo, en el interior del enunciado se disimula el sujeto de la enunciación y aparece la tercera persona como en el caso siguiente: “Para saber qué requerimientos mínimos se tendrán, la pregunta inicial es **cual será el principal** uso que se le dará a la computadora y, por ende, el monitor. La respuesta a esta cuestión dará ya alguna pista firme sobre la opción más conveniente” (González Pérez, 2002:2).

En “La trama secreta que explica como vincular todas tus PC”, se mantiene casi constantemente la impersonalidad mediante la utilización de la tercera persona, pero frecuentemente, este registro impersonal se anula con las apelaciones al alocutario que si bien no están construídas en segunda persona, utilizan la tercera como si fuese una segunda. Estas marcas nos permiten descubrir el sujeto enunciador disimulado tras la tercera persona, como en el siguiente ejemplo:

Pese a la practicidad de la tecnología USB, el costo del cable puede convertirse en una contra. Como no se trata de un cable común (tiene “electrónica”, según la jerga), su precio es bastante elevado. Hay dos tipos, uno es **exclusivo para conectar dos PC**, que ronda los 60 dólares; y otro especial, para armar una **red en cadena** (sale de una PC y entra en otra), que sube a unos **65 dólares**. (Milla, 2002: 2)

El sintagma usado “una contra” y la aclaración explicativa entre paréntesis “tiene electrónica según la jerga” así como la información del precio nos dan la pauta de la orientación del mensaje desde un enunciador informado sobre el tema en cuestión, pero sin especialización tecnológica hacia un enunciatario inexperto o con experiencia sobre el referente. En el caso del texto “Cómo encarar el desafío de recargar los cartuchos”, notamos la misma estrategia de encubrir la primera persona del enunciador por una tercera impersonal pero, al mismo tiempo, la intencionalidad de orientar el discurso hacia un destinatario – posible cliente real. “Sin embargo, la crisis empuja a tomar algunos riesgos, y no hace falta transformarse en un experto para poder elegir un buen cartucho reciclado o alternativo, hay que – eso sí – seguir algunas pautas y prestar atención a algunos detalles” (González Pérez, 2002: 2).

b) En segundo lugar, **la relación interactiva con su destinatario.**

Todas las notas de tapa exhiben explícitamente en mayor o menor grado de esta interacción de enunciador y enunciatario. En la mayoría de ellas el enunciador hace frecuentes apelaciones al interlocutor. En las notas seleccionadas, a pesar de la construcción en tercera persona gramatical del enunciador, las apelaciones al lector como usuario de informática son comunes y muy numerosas. En la primera de ellas, “La entrada a la Web por la puerta grande”, se presenta esta interacción entre enunciador-enunciatario en el sintagma “lanzan a los cibernavegantes”. El uso del vocablo “cibernavegantes” para designar al destinatario o usuario aunque aparezca acompañado del verbo “lanzar” en tercera persona plural, nos indica la orientación o intencionalidad del discurso. Hecho que se acentúa en la siguiente proposición que si bien se presenta como impersonal por el uso del verbo haber: - “Hay tres maneras” -, no elude el carácter apelativo en - “meterse en la gran telaraña virtual”-.

La nota del 4 de agosto del mismo año, “La autopista virtual” no exterioriza deícticos de segunda persona explícitos pero, todo el enunciado se orienta intencionalmente a despertar el interés del destinatario sobre el placer que causa navegar en Internet con los dispositivos adecuados.

Por otra parte, en el tema de tapa “La compu del 2000 más veloz y divertida” se presenta un caso similar al anterior con una introducción o presentación del tema en tercera persona, sin marcas identificatorias del alocutario, por lo tanto, de la segunda persona enunciativa pero, con una orientación o intencionalidad explícita del enunciador, de dirigir su mensaje hacia dicho alocutario. Con tal motivo, enfatiza diferentes condiciones de la computadora “integrada a la vida diaria”, “un electrodoméstico más”, “la poseen 165 millones de personas”, “precios cada vez más accesibles”. Sin embargo, aunque el enunciado se construye en tercera singular, la orientación o intencionalidad del hablante tiene una única dirección: movilizar la conducta del destinatario y despertar en él el interés por el producto ofrecido.

Así como en los cuatro textos de 1999, los del año 1997 también utilizan estrategias textuales que marcan explícitamente la intervención del alocutario.

Pero no sólo para ver sus ojos cuando trabaja le sirve el escáner. También puede copiar **enormes textos** sin tipear una sola letra, ingresar valiosa información del trabajo en una base de datos, o construir su propia folletería a partir de un logotipo que le diseñó un amigo [...] Para sacarle el jugo al escáner no hacen falta demasiadas cosas. Si se dispone de una computadora **486 con 8MB de memoria RAM** será suficiente: podrá procesar correctamente todo tipo de información [...] Al comprar el escáner, muchos usuarios se encuentran con



la sorpresa de que tienen que abrir su máquina e **instalar una plaqueta especial**. A no temer: si bien siempre resulta complicado introducirse en la maraña de cables y circuitos de la PC, en este caso la instalación suele ser bastante sencilla [...] (Braginski, 1997: 2)

En el primer fragmento, el discurso explícito no apela directamente al destinatario pero, si lo hace veladamente cuando precisa el uso que el usuario puede darle al escáner. En el segundo, la interacción es más notoria porque no sólo informa sobre el tipo de computadora necesaria sino que también lo introduce con el enunciado condicional “si se dispone de una computadora”. Y, en el tercero, comienza con una identificación del destinatario diferenciándolo entre los posibles usuarios a los que clasifica con el adverbio “muchos usuarios”, posteriormente lo aconseja sobre la sencillez de la instalación y, aunque usa el pronombre enclítico “se” y el infinitivo del verbo “introducir”, se refiere específicamente a la segunda persona.

En general, son comunes expresiones dirigidas al alocutario como las siguientes:

“Para evitar un rosario de quejas y sollozos cuando se tenga la nueva placa y no haya dónde calzarla conviene saber...” (Villafañe, 1997:2)

“No hay que olvidarse de la **memoria caché**, que vincula...” (Villafañe, 1997:3)

“Aunque no son fáciles de conseguir...” (Villafañe, 1997:3)

O también:

“Quienes se manejan con programas de escritura y contabilidad...” (Villafañe, 1997:4)

“Los aficionados a los entornos multimedia hogareños...” (Villafañe, 1997:4)

“...aquellos que hacen de la computadora un elemento de trabajo...” (Villafañe, 1997:5)<sup>85</sup>

En la nota “Web y televisión, el romance del siglo” encontramos los siguientes ejemplos:

Otra manera de personalizar el uso de Internet es anotarse en listas de correo (direcciones de correo electrónico donde se discuten todo tipo de temas, cada vez más específicos. Para encontrar la lista sobre la que uno le gustaría intercambiar información, hay que escribir ‘mailing list’ en buscador. O buscar el tema de interés y fijarse si hay una lista de discusión entre las opciones [...].

---

<sup>85</sup> Los ejemplos pertenecen a la nota “Las compus crecen...” del miércoles 1º de octubre de 1997.

Para los ansiosos que quieran acercarse a la futura **Internet en 3D**, existe en la red un mundo virtual escrito en **VRML**. Pueden ingresar, por ejemplo, a un museo: abrir la puerta, entrar a las distintas salas, caminar, correr o subir las escaleras [...]. (Braginski, 1997b: 3)

Por último, esta referencia al alocutario, también se da en la noticia del 24 de diciembre del mismo año titulada “1997: el año en que se inauguró la idea global” de Braginski: “Pasen y vean. Si hasta fines del año pasado era una promesa o una proeza de pocos, ahora sí, con una computadora cómodamente instalada en el hogar, se puede conversar con cualquier lugar del mundo, vía teclado, por voz, e incluso por videoconferencia” (Braginski, 1997c: 2).

Respecto de las noticias del 2002, toda la relación interactiva entre enunciador y enunciatario se basa en proporcionarle ayuda o colaboración al lector-usuario ante una situación económicamente inestable. Por ejemplo:

En el mismo sentido, alguien que se compra una nueva computadora seguramente querrá recuperar todos los datos que tenía almacenados en la PC vieja. Y ni hablar si sufrió la terrible experiencia de ser hackeado y que todos los datos de su ya gastada máquina quedaron al borde del nocaut. Entonces nacen las dudas y las tres preguntas del millón: cómo se hace, qué necesito y cuánto me sale. (Raimondi, Milla, 2002: 2)

La interacción comienza con la alusión del enunciador y el uso del pronombre indefinido “alguien”, pasa por la restricción que agrupa a aquellos usuarios que vivieron la experiencia del robo de datos y concluye en las tres preguntas “cómo se hace”, “qué necesito” y “cuánto me sale”, las dos últimas rompen con la impersonalidad del enunciado y convalidan la intervención del enunciatario en el texto mediante la primera persona (deícticos que se observan en la terminación verbal del presente de Indicativo, del verbo “necesitar” y en el pronombre “me”). En la última proposición el significado verbal de “salir” se equipara con el correspondiente a “costar”.

En el texto “Cambiá la imagen de tu compu sin pagar tanto”, el enunciador se coloca en la posición de los posibles destinatarios y desde ese lugar emite el mensaje. Acorta de esta manera la distancia entre él y su alocutario y, además, revitaliza el proceso interactivo entre ambos:

**Los que tienen la expectativa de fatigarse los ojos mirando las películas en DVD o retando a los juegos más modernos deberían pensar en una pantalla de entre 17 y 19 pulgadas [...]** Por último, **los profesionales del diseño, la**

**fotografía, la arquitectura o la ingeniería estarán bien cómodos** si optan por un monitor de 21 pulgadas. (González Pérez, 2000: 2)

Por el motivo anteriormente señalado aunque el enunciador no use la segunda persona para designar el enunciatario, se mantiene la intencionalidad subyacente de su mensaje que lo incentiva para que adopte una determinada conducta, como en el ejemplo siguiente: “Para evitar sorpresas cuando se compre un equipo de CRT será bueno tener en cuenta varias características [...] Pero cuidado, para que el monitor pueda funcionar [...] Este llamado de atención vale casi exclusivamente para los que piensen en [...]” (González Pérez, 2002: 2).

La interconectividad no está tan marcada en el texto de Milla “La trama secreta que explica como vincular todas tus PC”. A pesar de que la huella del alocutario aparece claramente en el título mediante el uso del adjetivo en plural “tus”, no sucede lo mismo en el texto que mantiene la tercera persona enunciativa y no deja mayores huellas de su alocutario. Toda la nota exhibe un enunciador formal, preocupado por las posibilidades económicas de los usuarios pero que guarda distancia con el enunciatario, al que en todo momento informa sobre el tema de las redes.

Por el contrario, en la nota de González Pérez, titulada “Cómo encarar el desafío de recargar los cartuchos”, la interacción enunciatario-enunciado es evidente y sobre todo en el apartado “Consejos útiles”, en el que pueden apreciarse con mayor nitidez las huellas o marcas del alocutario en el enunciado:

1. Al llevar un cartucho o reciclar averigüe qué le harán [...].
2. En los antiguos reciclados hay que poner atención a las garantías...
3. Es muy difícil poder distinguir una tinta de buena calidad...
4. Cuando deje un cartucho para reciclar asegúrese que recibirá el mismo y no otro (del que desconoce en qué condiciones está).
5. Hay cartuchos alternativos [...] Si los elige asumirá...
6. Para facilitar y hacer más efectivo el proceso de reciclado [...] evite...

## **5. 8 A modo de conclusión.**

En el capítulo precedente hemos analizado cómo se lleva a cabo el proceso enunciatario en los temas de tapa tomando en cuenta no sólo el rol que cumple el sujeto discursivo sino también la interacción de los interlocutores en el texto, la modalización y la polifonía. El año que seleccionamos para realizar el análisis fue 1999 porque este

año se constituyó en un hito demarcatorio en la relación existente entre la Informática y la Sociedad.

Mediante una serie de ejemplos extraídos de los temas de tapa que constituyen el *corpus* pudimos distinguir cómo las marcas o huellas reconocidas en la superficie textual, permiten detectar un enunciatario no experto en cuestiones informáticas pero deseoso de conocer este campo de conocimiento para utilizarlo correctamente. Dicho enunciatario se hace presente en el discurso mediante el uso de numerosas apelaciones por parte del enunciador. Sin embargo, el enunciador no asume la primera persona discursiva sino que encubre su subjetividad y se desplaza hacia la tercera, estableciendo de este modo mayor distanciamiento lo que confiere a su enunciado aparentemente neutralidad y objetividad en la información transmitida. Por tal motivo, puede notarse muchas veces en los textos la superposición de voces de locutor y enunciador.

Respecto del rol que cumple el divulgador tecnológico como sujeto empírico, este no es otro que el de productor y/o autor de la nota de divulgación informática. Rol que corresponde al periodista especializado, responsable y experto en el tema que trata, quien debe recurrir a la información transmitida en *papers* o entrevistas para elaborar su material de trabajo.

En cuanto al tema de las modalizaciones textuales pudimos observar que este fenómeno discursivo se manifiesta en el *corpus* en todas sus variantes. Hemos encontrado numerosos ejemplos de modalidades de enunciación, de enunciado y de mensaje.

También son abundantes los ejemplos encontrados respecto de los temas de dialogismos y polifonías. En el primer caso consideramos al dialogismo como característica genérica de los temas de tapa que prevalece a pesar del uso de la tercera persona. En el segundo caso, ratificamos su polifonía porque en todas las notas se impone la injerencia de voces de enunciados anteriores (*papers*, entrevistas, informes, protocolos) a los que remite y reproduce voces ajenas incorporadas al nuevo texto. Este último o texto meta posee una estrecha vinculación con los enunciados anteriores.

Al comparar los temas de tapa correspondientes a 1999 con las notas del *corpus* publicadas en 1997 y 2002 encontramos que todas ellas presentan como características similares de sus situaciones de enunciación estrategias de disimulación u omisión del enunciador y una relación interactiva con su destinatario. Sin embargo, desde el punto de vista de la interpretación y el contexto situacional varían notablemente, mientras que en los dos primeros casos se incentiva el conocimiento y la compra de los nuevos

productos que aparecen en el mercado informático, en el año 2002 la relación interactiva entre los interlocutores se basa aparentemente en proporcionar ayuda o colaboración al lector (léase usuario) frente a la crisis socioeconómica vigente.

## Capítulo 6 - Argumentación y discurso.

### 6.1 La argumentación como práctica discursiva: sus orígenes

El interés por los estudios de la argumentación se origina en la retórica, la dialéctica y la lógica tradicionales. En estos campos de conocimientos se formulaban principios, técnicas y mecanismos discursivos de persuasión para ser utilizados, tanto en la vida pública como privada porque cada actividad humana era y es el escenario ideal para el entrenamiento argumentativo ya que las personas en dichas actividades desarrollan eficazmente diversas estrategias de convencimiento, persuasión y hasta de seducción para lograr los objetivos previstos.

En este capítulo analizamos el *corpus* a partir de tres ejes: la noción de argumentación, las teorías argumentativas del siglo XX y su relación con el discurso investigado por nosotros y, por último, diferentes procedimientos utilizados en los enunciados de los temas de tapa elegidos, correspondientes al año 2002, ya que estos exhiben conjuntamente con sus paratextos, argumentos representativos del contexto socioeconómico debido a los sucesos acaecidos en Argentina, a fines del año 2001.

La argumentación, en sentido amplio, es una práctica discursiva tanto oral como escrita que incorpora las tres funciones básicas de la comunicación señaladas por Bühler, expresiva, apelativa y representativa, porque manifiesta la opinión del emisor, intenta incidir sobre el comportamiento del receptor y se refiere a un contexto histórico-social. (Cuenca, 1995) Observándola desde otra perspectiva, la argumentación también es una secuencia textual (Adam, 1992) que se manifiesta en muchas de las actividades socio-discursivas, tanto públicas como privadas. Argumentamos en la conversación cotidiana, en una entrevista, en un debate, en una asamblea, en la publicidad, en un artículo editorial, etc. Recurrimos a ella siempre que queremos persuadir, convencer o disuadir a otro, el destinatario, ya sea este último individual o colectivo, de la validez de nuestras opiniones. Además la argumentación como práctica discursiva, cumple un rol importante en la producción del saber porque sus procedimientos de fundamentación y/o crítica de razonamientos facilitan la tarea cognitiva.

Los orígenes de ésta son muy remotos y están intrínsecamente relacionados con los estudios retóricos. Existen dos versiones sobre este suceso:

- a) Durante el siglo V a.C., Sicilia estuvo gobernada por dos tiranos Gelón y Hierón, quienes habían expropiado las tierras de los ciudadanos para distribuirlas entre los soldados. En el año 467 a. C. una insurrección derrotó a la

tiranía, entonces, aquellos propietarios usurpados, reclamaron la devolución de sus bienes, produciéndose como consecuencia innumerables procesos. Es, en estas circunstancias que Córax y Tisias, sofistas ambos, componen una serie de técnicas, estrategias y mecanismos, conocidos posteriormente como el primer método detallado para hablar ante el tribunal, es decir, el primer tratado de argumentación (Barthes, 1974, Plantin, 1998).

- b) Esta segunda versión presentada en algunos relatos y recogida por Plantin (1998) sostiene que Tisias era discípulo de Córax que, a pedido del primero, le enseña sus técnicas argumentativas con la condición de que Tisias le pagara en función de los resultados que obtuviera: “Si Tisias gana su primer proceso, entonces paga su maestro; si lo pierde, no le paga” (Plantin, 1998:6).

La anécdota cuenta que Tisias, una vez concluidos sus estudios, entabla un proceso contra Córax en el que sostiene no deberle nada. De esta historia se desprenden dos hipótesis: si Tisias gana su primer proceso, el veredicto de los jueces sentenciará que no debe nada a su maestro. Si, por el contrario, lo pierde, de acuerdo al convenio privado entre ambos, no le debe nada. En los dos casos, Tisias no debe nada a Córax. Por tal razón, este último, a su vez, construye un contradiscurso siguiendo estrictamente el esquema argumentativo expuesto por el primero pero en sentido inverso. De este modo, refrendará como primera hipótesis que si Tisias gana el juicio, según el convenio privado entre ambos debe pagar. Y, como segunda hipótesis, si Tisias pierde el juicio, según la ley, el nombrado debe pagar por la enseñanza recibida. En ambos casos, Tisias debe pagar (Plantin, 1998).

Estos dos relatos fundacionales o de los orígenes de la argumentación tienen en común la referencia a los aportes que durante el siglo V y, principios del IV a.C., hizo la sofística a este campo de conocimiento.<sup>86</sup>

---

<sup>86</sup> Los estudios sofísticos incidieron por sus valiosas consideraciones sobre la antífona, la paradoja, la probabilidad y la dialéctica en el proceso argumentativo. La **antífona** consiste en la práctica sistemática de contraponer los discursos. Todo argumento puede convertirse en su contra argumento. A todo discurso le corresponde un contradiscurso producido desde otra perspectiva o punto de vista.

- Quién es responsable
- El responsable es quien ha lanzado la jabalina.
- No, el responsable es la víctima, que no ha respetado las consignas de seguridad.

La **paradoja** como “idea extraña, opuesta a la que generalmente se tiene por verdadero o a la opinión general”, atenta contra el sentido de transparencia que para el común de la gente posee el discurso, hace evidente la autonomía y la opacidad del lenguaje en relación con la realidad.

Ese perro es tuyo, es tu perro.

Posteriormente, pero también en el siglo IV, Aristóteles retoma las reflexiones sobre argumentación en su obra “Retórica” y define a ésta como la disciplina argumentativa, contrapuesta a la dialéctica.

Entendemos por retórica la facultad de conocer en cada caso aquello que pueda persuadir. Éste no es el objeto de ningún arte; pues cada uno de los demás enseña y persuade respecto de sus propias materias como la medicina que trata de lo que sirve para sanar y de lo que daña a la salud [...]. Pero la retórica, por así decirlo, parece que puede conocer, respecto de un asunto propuesto, aquello que es apto para persuadir. (cit. en Jordi Berrio, 1983:24)

No la considera como un ejercicio rutinario y empírico sino que “el arte de la retórica” consiste en analizar los mecanismos y dispositivos del discurso público.

La Retórica como “metalenguaje (cuyo lenguaje-objeto fue el ‘discurso’) reinó en Occidente desde el siglo V a.C al siglo XIX d.C” (Barthes, 1982: 9). Aristóteles la define como “el arte de extraer de todo tema el grado de persuasión que encierra” o como “la facultad de descubrir especulativamente lo que en cada caso puede ser propio para persuadir”.<sup>87</sup>

Aristóteles entiende la retórica como un metalenguaje de la prueba, del razonamiento, del silogismo aproximativo o entimema, la considera como una lógica “voluntariamente degradada” que es adaptada al nivel del público, es decir, de la opinión generalizada o sentido común de la gente.

Aristóteles concibe el discurso (la oratio) como un mensaje y lo somete a una división de tipo informático. El Libro I de la Retórica es el libro del emisor del mensaje, el libro del orador: allí se estudia principalmente la concepción de los argumentos en tanto dependen del orador, de su adaptación al público, y esto según los tres géneros reconocidos del discurso judicial, deliberativo y epidíctico. El Libro II es el libro del receptor del mensaje, el libro del público: allí se estudian las emociones (las pasiones) y de nuevo los argumentos, pero esta vez en tanto son **recibidos** (y no, como antes, **concebidos**). El Libro III es

---

Ese perro tiene cachorros, es padre.

Es padre y es tuyo, luego es tu padre.

**La probabilidad** Los sofistas propusieron esta noción porque se relaciona con las costumbres de una comunidad. Esta noción permite extraer **estereotipos**, pero también **tipos**.

- 1- Probablemente ha sido el fuerte el que ha atacado al débil.
- 2- Pero como el débil sabe, en virtud de 1 (probabilidad de primer nivel), que las sospechas recaerán sobre el fuerte, entonces:
- 3- Es el débil el que ha atacado al fuerte. (probabilidad de segundo nivel)

**La dialéctica.** La interacción argumentativa tal como la llevaban a cabo los sofistas era una institución dialéctica. La dialéctica posee varios sentidos, en este caso, era un diálogo razonado en que un **proponente** se enfrenta a un **oponente** ante un **público** cuyas reacciones arbitran el debate. Debe respetarse estrictamente el orden de la interacción. (Plantin, 1998: 9-11)

<sup>87</sup> Las definiciones de Aristóteles sobre la retórica son citadas por Barthes, 1982:17.



el libro del mensaje mismo: allí se estudia la **lexis o elocutio**, es decir, las 'figuras' y la **taxis o dispositio**, es decir, el orden de las partes del discurso. (Barthes, 1982:17)

La teoría de la argumentación se consideraba tradicionalmente como la parte fundamental del sistema retórico y podía examinarse desde dos puntos de vista: por una parte, el análisis del proceso argumentativo, es decir las distintas etapas en la producción de un discurso argumentado, a saber: **inventio** (búsqueda reflexiva de argumentos pertinentes para el examen de una causa), **dispositio** (ordenamiento de los argumentos encontrados), **elocutio** (composición verbal de los argumentos, introducción de tropos o adornos y de figuras), **actio** (puesta en escena del discurso desde el punto de vista del orador, del destinatario y del discurso mismo) y, por último, **memoria** (memorización del discurso en sí y la relación existente entre éste y otros textos que operan como estereotipos).

El segundo punto de vista tomaba en cuenta el análisis del producto, es decir que se interesaba por la estructura del discurso tal como se transmitía al público.

Por ejemplo, el discurso judicial empieza sin sorpresa por la **introducción** ("exordio") continúa con la **narración** de los hechos, siempre realizada desde el punto de vista de las partes en litigio. La narración construye los hechos sobre los que se desarrollará la **argumentación**, que se completa con la **refutación** de las posiciones adversas. El discurso se termina con una **conclusión** ("peroración") que recapitula los puntos esenciales. (Plantin, 1998:15)

Debemos observar que la teoría antigua de la argumentación no es únicamente retórica. Desde los orígenes también existió una perspectiva científica basada en la lógica. Aristóteles consideró este punto de vista argumentativo en los Tópicos y en los Analíticos, en los que expuso la teoría del silogismo científico. En la actualidad, las teorías modernas de la argumentación, tratan de articular esas dos formas argumentativas.

## 6.2 Algunas teorías sobre argumentación

A fines de la primera mitad del siglo XX y, después de muchos años en que los estudios sobre argumentación retórica y científica se habían dejado de lado, se volvió a

impulsar la investigación sobre esta temática debido a los trabajos de E. R. Curtius (1948) en Alemania, quien trabaja sobre el concepto de lugar común o *topos*.<sup>88</sup>

En el año 1958 se publican dos textos sobre argumentación, uno en Bélgica, el otro en Gran Bretaña, el primero de éstos titulado *Tratado de la argumentación. La nueva retórica*, cuyos autores son Chaïn Perelman y Catherine Olbrechts-Tyteca y, el segundo *The uses of argument*, cuya posible traducción literaria a nuestro idioma sería “Los usos de la argumentación”, perteneciente a Stephen E. Toulmin. Estas dos obras, “provenientes de horizontes diversos, y escritas en estilos totalmente diferentes, coinciden en una referencia común a la práctica jurídica” (Plantin, 1998:17).

### 6.2.1 La teoría de Ch. Perelman y L. Olbrechts-Tyteca.

Esta teoría persigue como finalidad “el estudio de las técnicas discursivas que permiten provocar o incrementar la adhesión de los espíritus a las tesis presentadas para su asentamiento”. (Perelman y Olbrechts-Tyteca, 1970:5) Por lo tanto, toma en cuenta la finalidad de convencer o persuadir al destinatario sobre la conveniencia o no de adoptar una tesis determinada y también, sobre las razones esgrimidas en la elaboración de ciertos argumentos.

Ch. Perelman y L. Olbrecht-Tyteca (1958), en el marco de la filosofía del derecho, consideran que no se pueden explicar las normas jurídicas o morales en términos de una demostración lógico-formal, cuyas proposiciones son necesarias y universales sino en función de la argumentación y para esto es un elemento clave la función que cumple el auditorio.

Pero, cuando se trata de argumentar o de influir por medio del discurso, en la intensidad de la adhesión de un auditorio a cierta tesis, ya no es posible ignorar por completo, al creerlas irrelevantes, las condiciones psíquicas y sociales sin las cuales la argumentación pretende la adhesión de los individuos y, por tanto, supone la existencia de un contacto intelectual.

Para que haya argumentación, es necesario que, en un momento dado, se produzca una comunidad efectiva de personas. Es preciso que se esté de acuerdo, ante todo y en principio en la formación de esa comunidad intelectual y, después, en el hecho de debatir juntos una cuestión determinada [...]. (Perelman y Olbrechts-Tyteca, 1989)

---

<sup>88</sup> Veasé E.R. Curtius (1976), *Literatura Europea y Edad Media Latina*, México: Fondo de Cultura Económica.

El orador es la persona que argumenta y, por lo tanto, sus palabras no constituyen un “dogma de fe” que le permita disponer de autoridad suficiente como para que otros las consideren verdades indiscutibles e incuestionables que les permitan una convicción inmediata. “El orador admite que debe persuadir al interlocutor, pensar en los argumentos que pueden influir en él, preocuparse por él, interesarse por su estado de ánimo” (Perelman y Olbrechts – Tyteca, 1989).

Así como es importante el rol que cumple el orador, también lo es el contacto que se produce entre el orador y el auditorio que debe permanecer activo durante todo el transcurso de la argumentación, tanto en la etapa previa a ella como durante su desarrollo. El auditorio, desde un punto de vista retórico, es considerado como el conjunto de personas sobre las que el orador pretende influir con su argumentación. Este último construye conscientemente su presunto auditorio porque para convencer o persuadir a individuos concretos, es necesario e importante que la construcción del auditorio sea lo más adecuada posible.

Para Perelman la noción de auditorio orienta todas las actividades de habla. Para los auditorios particulares prevalecerán los argumentos persuasivos, para el auditorio universal, él o los argumentos convincentes, por tanto, verdaderos. Desde la focalización argumentativa de Perelman “definida en términos de influencia más o menos fuerte ejercida sobre el auditorio, el fin de la argumentación no es acercarse a una verdad preestablecida, en particular, ella no tiene nada que ver con la demostración, concluyente o no concluyente”. (Plantin, 1990:4)

El interés que posee esta teoría desde la perspectiva del análisis del discurso radica en que su propuesta permite advertir los mecanismos que emplean los hablantes con el fin de imponer sus puntos de vista a los interlocutores.

### **6.2.2 El modelo propuesto por S. E. Toulmin.**

La obra de Stephen E. Toulmin se basa en el análisis de las prácticas argumentativas cotidianas. Su modelo o paradigma se sostiene a partir del concepto de “campo argumentativo”, se argumenta de modo diferente según corresponda a distintos campos de conocimientos o prácticas sociales ya sea que se trate del campo jurídico, del científico, del artístico, del ético o del referido a la conducción de empresas.

Este modelo fue criticado porque resulta ineficaz aislar de sus condicionamientos históricos y políticos para su estudio los campos argumentativos. Sin

embargo, sus pautas conjuntamente con las propuestas de Toulmin sobre esquematización fueron tomadas en cuenta por el análisis del discurso.

Dicho paradigma se basa en una lógica práctica, no formal, analiza la técnica por la cual un locutor justifica un razonamiento o aserción que sostuvo previamente y que su interlocutor puso en duda. Una aserción es razonable siempre que pueda ser criticada e integrada a un esquema de procedimientos que se desarrolló de acuerdo a un número de etapas representativas del modelo en cuestión.

Toulmin parte de la idea que una de las actividades centrales de los seres humanos es razonar, es decir justificar con fundamentos fehacientes sus acciones, pensamientos y palabras. Por tal motivo, distingue entre un uso instrumental del lenguaje y un uso argumentativo. En el primer caso, no es necesario utilizar argumentos suplementarios que justifiquen lo que se afirma, por ejemplo, una orden, la descripción de un objeto, la información sobre el estado del tiempo. Mientras que el uso argumentativo se produce cuando las aserciones emitidas deben fundamentarse en sucesivos argumentos o pruebas. Si bien los motivos que dan origen al proceso argumentativo son múltiples y cambian según las situaciones que los provocan, hay una serie de cuestiones que permanecen estables, por ejemplo, la estructura de los argumentos, los elementos que los conforman, las funciones que cumplen y las relaciones que éstas establecen entre sí. Además, existen otras cuestiones como la fuerza de los argumentos, la intensidad y las circunstancias que rodean a su presentación.

En este sistema, argumentación es la actividad de "...plantear pretensiones, someterlas a debate, producir razones para respaldarlas, criticar esas razones y refutar esas críticas, etc." (Toulmin, 1984:14)

Utiliza el vocablo argumento en dos aserciones, primero en el sentido de un tramo de razonamiento representativo del contenido y la fuerza de la posición de un hablante particular definiéndolo como "secuencia de opiniones y razones encadenadas" y segundo, a la estrategia envolvente e interactiva a través de las cuales esos tramos de razonamiento son formulados y debatidos.

### **6.2.3 La pragmática de la argumentación.**

Desde una perspectiva pragmática y siguiendo los principios de la teoría de la enunciación, numerosos investigadores tienen interés en el análisis del proceso argumentativo. Focalizan su atención en los componentes de este proceso y centran sus

estudios en el comportamiento del sujeto de la argumentación en el discurso. Abarcan temas como la inscripción de dicho sujeto en el discurso, los tipos de enunciado que utiliza, las modalidades que emplea en sus argumentos, el grado de responsabilidad que asume en sus aserciones, desde qué punto de vista enuncia, qué tipos o clases de estrategias y mecanismos utiliza, qué rol juega en la argumentación las formaciones discursivas.<sup>89</sup>

Estas investigaciones se fundamentan, además de las propuestas por Benveniste (1970-1972), especialmente en la teoría de los actos de habla de Austin (1962) y en la versión de Searle (1969) sobre dichos actos. Ambas investigaciones son reelaboradas en la teoría de la conversación de H. P. Grice (1975).

Estos nuevos enfoques han hecho posible el estudio de argumentaciones consideradas “cotidianas” o “comunes”, que se producen fuera del marco institucional. Ello ha permitido medir el alcance de las evoluciones que han experimentado los “grandes géneros” retóricos y superar esta noción de géneros para ir hacia el estudio del debate argumentado en general, sea o no polémico. (Plantin, 1998:20)

La pragmática como disciplina que estudia el uso de los enunciados tomando en cuenta su contexto, enfoca la argumentación desde cinco orientaciones diferentes:

- a) La Pragmadialéctica propone un sistema de normas o reglas explícitas para el debate argumentativo o racional. Sus representantes son F. H. Van Esmeren, Rob Grootendorst y F. Snoeck Henkemans.
- b) La Argumentación y el análisis de la conversación se basan en los progresos obtenidos por las interacciones verbales y el análisis argumentativo en la conversación. Su representante es J. Moëshler (1985) y la escuela de Ginebra.
- c) La Pragmática Lingüística está integrada a la lengua, corresponde a una tendencia de la segunda mitad de la década del '70 en Francia, y que tiene gran alcance a partir de la publicación en 1983 del texto “*La argumentación en la lengua*” de J. C. Anscombe y O. Ducrot. La teoría propuesta por estos autores concibe la actividad lingüística como una actividad intencional. Ellos oponen la semántica intencional a la semántica vericondicional, que asimila el sentido de un enunciado al conjunto de sus condiciones de verdad. La

---

<sup>89</sup> Una formación discursiva, concepto extraído de M. Foucault (1987), es todo sistema de reglas que fundamenta la unidad de un conjunto de enunciados sociohistóricamente circunscriptos.

semántica intencional define el sentido de un enunciado en referencia a las intenciones manifiestas, es decir, emitidas lingüísticamente por el locutor. Esta semántica, también se denomina enunciativa o pragmática (análisis de la enunciación entendida como el estudio de las relaciones del enunciado con las circunstancias pertinentes que rodea su producción).

El sentido del enunciado se define como “una imagen”, “una descripción, una representación que aporta de su enunciación” (Ducrot, 1980 a: 34), es decir, de las intenciones del locutor.

En semántica intencional, comprender el sentido de un enunciado, es comprender la focalización intencional de su locutor, hacia qué apunta específicamente en dicho enunciado. El sentido del enunciado “este libro es caro” no se define como tradicionalmente se lo hacía “estado de cosa”, “imagen mental”, “contenido cognitivo”, sino que se define sobre el plano del discurso mismo, como un “conjunto de series discursivas accesibles a partir de este enunciado” (Anscombe, 1980:63).<sup>90</sup>

- d) La Pragmática sociológica y Teoría de la acción comunicativa tiene su representante en J. Habermas que influye considerablemente en las investigaciones sobre argumentación, desde el punto de vista ético. Para este autor, “la lógica de la argumentación no se refiere, como la formal, a relaciones de inferencia entre unidades semánticas (oraciones), sino a relaciones internas, también de tipo no deductivo, entre las unidades pragmáticas (actos de habla) de que se componen los argumentos”. (Habermas, 1988: 43)
- e) La Lógica pragmática, por último, está representada por las voces de G. Vignaux (1988), J. B. Grize (1990), la Escuela de Neufchâtel con D. Miéville y M. J. Gorel.

Grize (1982) la define como la disciplina que estudia los mecanismos que articulan entre sí un discurso argumentativo y considera a la argumentación, desde el punto de vista de la lógica pragmática, como la conducción para que el auditorio o un interlocutor realice una acción mediante el discurso, es decir, toda argumentación, al contrario de la demostración siempre está construida para alguien. Es, en definitiva, un proceso dialógico.

---

<sup>90</sup> Volveremos sobre esta teoría al tratar el tema de fuerza argumentativa.

Los teóricos pertenecientes a esta disciplina ven en la argumentación una actividad dialógica y confrontativa en que las réplicas implícitas o explícitas del oponente orientan y, hasta pueden hacer fracasar la cadena argumentativa. (Plantin, 1998).

## **6.3 La argumentación y los temas de tapa**

### **6.3.1. La noción de argumentación.**

La argumentación constituye un campo de estudio propicio para el Análisis del Discurso porque es factor relevante de coherencia discursiva, construyéndose como “una acción compleja finalizada” porque no sólo coincide con la adhesión de él o los argumentarios a una tesis presentada por el argumentador sino que también da lugar a “un encadenamiento estructurado de argumentos” (Maingueneau, 1989:182). Además, toda estructura argumentativa está conformada por una jerarquización de argumentos, de tal modo que un argumento de menor nivel contribuye a establecer otro argumento de nivel superior. Las relaciones que se establecen entre los distintos argumentos o proposiciones responden a mecanismos articulatorios que configuran un sistema formal (por ejemplo, axiomas) o “a enlaces menos rigurosos que se mueven en el marco de la simple verosimilitud (como en el caso de la mayoría de las argumentaciones)” (Maingueneau, 1989:182).

La argumentación de las notas seleccionadas correspondiente al año 2002, se basa fundamentalmente en las consecuencias económicas que, tras la crisis socio-político y económica del 2001 sufrieron la mayoría de los hogares argentinos. Esto puede apreciarse, por ejemplo, en el artículo escrito por Mónica García, titulado “La compu, una buena aliada a la hora de ahorrar billetes”, publicado el 12 de junio del 2002:

En los hogares argentinos, todos los habitantes de la casa quieren poner su granito de arena para hacer frente a esta malaria económica. Y la computadora, compañera entrañable de horas de juego y trabajo, no quiere quedar al margen. Ella también está dispuesta a colaborar en la economía familiar. Porque con la ayuda de Internet, la computadora está en inmejorables condiciones de **rebajar los gastos de servicios y actividades de la vida cotidiana.** (García, 2002:2)

A la premisa asertiva “La computadora está en inmejorables condiciones de rebajar los gastos de servicios y actividades de la vida cotidiana”, la sigue una serie de argumentos ejemplificativos:

- Las llamadas telefónicas internacionales a través de Internet cuestan mucho menos que las que se realizan por la red telefónica tradicional.
- La web permite hacer trámites y compras sin necesidad de perder tiempo y gastar en pasajes.
- Los que estudian o trabajan tienen una inmensa biblioteca de datos gratuitos.
- Estar al día con la información en cualquier tema y a nivel mundial es más barato gracias a la web.
- A la hora del entretenimiento, Internet se convierte en ese amigo del alma que te deja pasar horas de diversión sin gastar un peso. **Música digital, videos y juegos gratuitos** son algunas de las opciones.

El tema de tapa “Los datos no cesan de viajar entre las compus”, nos ofrece varias estructuras argumentativas acompañadas de contraargumentos. Por ejemplo:

Las diferencias entre ambas alternativas son varias. A favor de la red están la velocidad de transferencia (de 10 a 100 *megabits* por segundo para la cableada y 11 *Mbps* para la inalámbrica) y las amplias posibilidades de interacción (se comparten datos, impresoras, conexión a internet). En contra figuran el costo que demandan comprar las placas, en especial si son las inalámbricas (las placas *Ethernet* genéricas cuestan entre 20 y 25 pesos cada una), y también su instalación y configuración. Si bien no es una tarea compleja, para muchos usuarios puede resultar poco atractiva. (Raimondi y Milla, 2002:2)

En el ejemplo precedente, el argumentador establece las diferencias existentes entre la conexión a una red casera para trasvasar datos de una computadora a otra y la conexión directa por cable que poseen las versiones hogareñas de *windows*. Esta estructura argumentativa se introduce con una generalización. “Las diferencias entre ambas alternativas son varias”. A lo que sigue dos argumentos encadenados “A favor de la red están la velocidad de transferencia [...], y las amplias posibilidades de interacción [...]”. Cada uno de estos argumentos encierra un recurso argumentativo ejemplificativo. En el primer argumento “De 10 a 100 *megabits* por segundo para la cableada” y “De 11 *Mbps* para la inalámbrica”. En el segundo argumento, este recurso corresponde a lo encerrado entre paréntesis “(se comparten datos, impresoras, conexión a Internet)”.



El contraargumento se introduce con el conector “en contra” que marca la oposición argumentativa. Dicho contraargumento, a su vez, en tres razones o contraargumentos menores: el alto costo de las placas (que alude implícitamente al tópico señalado para este año 2002: “La incidencia de la solidaridad y el ahorro en los cambios informáticos”), la instalación y su configuración. A su vez, justifica estos dos últimos razonamientos con el argumento persuasivo de la simplicidad de la tarea a realizar. No conforme con esto, advierte que si bien la labor no es compleja “para muchos usuarios puede resultar poco atractiva”. (P. Raimondi y G. Milla, 2002:2) Por último, en el contraargumento, utiliza la expresión “muchos usuarios” que de modo implícito hace referencia a los lectores del suplemento.

Otro ejemplo de argumentación que posee la finalidad de solidarizarse con el lector como posible usuario de un servicio, lo encontramos en la nota de tapa publicada el 21 de agosto del mismo año, titulada “Cómo encarar el desafío de recargar los cartuchos”. En esta noticia de Leo González Pérez, el locutor informa y aconseja al alocutario sobre el uso de cartuchos “rellenados, reciclados y de marcas alternativas”, como una de las tantas formas de economizar en el campo de la Informática.

Los cartuchos de tinta originales de las impresoras siempre fueron caros. Y desde que la devaluación de la moneda argentina encareció todos los productos importados, para muchos, estos insumos de computación más que caros, se transformaron en inalcanzables. Por eso el uso de cartuchos rellenos, reciclados y de marcas alternativas – vigente ya desde hace muchos años – tomó un fuerte impulso en los últimos meses. Ahora, casi en cualquier librería, casa de computación, locutorio y hasta en cualquier quiosco puede verse algún cartel avisando ‘Se recargan cartuchos’. (González Pérez, 2002, 2)

Precede a la estructura argumentativa una breve exposición del programa que desencadenará al encadenamiento del proceso de la argumentación, una serie de consejos útiles enmarcados en un gran recuadro para recortar, que contiene diversos argumentos que el usuario debe tener en cuenta en el momento que decida recargar los cartuchos, por ejemplo, extraemos el siguiente:

- 1.- Al llevar un cartucho a reciclar averigüe qué le harán: no todos los recicladores trabajan igual ni usan la misma tecnología. Los procesos más completos incluyen el vaciado completo del cartucho, su limpieza, el relleno y la entrega junto a una prueba de impresión.

En el primer tramo enunciativo la apelación directa al destinatario, mediante el imperativo del verbo averiguar y la proposición sustantiva **qué le harán** que cumple la función de objeto directo muestra toda la fuerza argumentativa del consejo dado aunque, posteriormente, se suavice con la justificación que sigue a los dos puntos. “No todos los recicladores trabajan igual ni usan la misma tecnología”. A este último enunciado lo acompaña un argumento ejemplificativo que informa sobre lo que significa un proceso completo.

2.- En los cartuchos reciclados hay que poner atención a las garantías.

Este argumento basa su fundamentación en el hecho de que los comercios, en la mayoría de los casos, no responden por los daños ocasionados. El consejo se completa con una aclaración de esta situación “algunos comercios ofrecen hasta responder por los daños que le pueda causar el cartucho a la impresora, pero difícilmente asuman este compromiso por escrito, por eso conviene ir a un comercio de confianza”. Como en el ejemplo propuesto de la nota de Raimondi y Milla<sup>91</sup>, la jerarquía argumentativa se despliega de forma tal que los argumentos menores sostienen y completan el sentido del argumento de mayor nivel jerárquico. En este ejemplo, el argumento “Algunos comercios ofrecen hasta responder por los daños que le pueda causar el cartucho a la impresora...” sostiene y otorga sentido al argumento jerárquicamente superior “En los cartuchos reciclados hay que poner atención a las garantías” pero, a su vez, el primero como el segundo, están restringidos por un argumento de menor nivel jerárquico “...pero, difícilmente asuman este compromiso por escrito”. En el primer caso, el argumento sufre la restricción impuesta en forma directa y manifiesta. En el segundo caso, dicha restricción es indirecta y se encuentra implícita en el sintagma “hay que poner atención a las garantías”.

Los ejemplos citados no coinciden aparentemente con la noción de argumentación que interpreta Maingueneau como “acción compleja y finalizada” porque por sus características de discursos de divulgación escritos (textos) no exhiben explícitamente en los enunciados argumentativos la adhesión del argumentatario. Sin embargo, la intencionalidad persuasiva del argumentador de influir en la conducta del primero, se evidencia en las marcas o deícticos de segunda persona que abundan en estos ejemplos.

---

<sup>91</sup> Si bien el tema de tapa de Raimondi y Milla (2002) ofrece otros consejos sobre la calidad de la tinta, la identificación del cartucho, los cartuchos alternativos y el vaciado de éstos, que constituyen otras tantas estructuras argumentativas hemos seleccionado únicamente las expuestas como ejemplificación.

Por otra parte, dichos ejemplos muestran los pasos de una estructura básica argumentativa:

- La introducción que consiste en la presentación del tema (opinión general o particular). El argumentador en este apartado persigue predisponer favorablemente al argumentatario, exponiéndole los hechos para que este último defienda la posición del primero.
- El desarrollo que articula la exposición y defensa de los argumentos favorables con la contraargumentación y/o refutación de los argumentos contrarios al tema;
- La conclusión que actúa como síntesis de lo expuesto por el argumentador e intensificación de la tesis defendida. (Cuenca, 1995)

Si bien en los dos textos que hemos tomado como ejemplos, los argumentadores no nombran al argumentatario, el uso de deícticos permite reconocerlo. En el primer ejemplo, la tercera persona enunciativa pareciera borrar las huellas del primero como así mismo de su interlocutor. Sin embargo, expresiones generalizadoras como “todos los habitantes de la casa”, o personificaciones que se refieren a la computadora “Compañera entrañable de horas de juego y trabajo”; verbos en tercera que encubren una segunda persona “cuestan mucho menos”; “permite hacer trámites”; alusiones “los que estudian y trabajan”; pronominalizaciones “que te deja pasar...” son algunas de las marcas o indicios que remiten al argumentatario.

En el segundo ejemplo, si bien se mantiene o conserva la tercera persona en la primera parte del texto que toma un registro formal y neutro, no ocurre lo mismo en el enunciado referido a los consejos ya que aquí prevalece el uso apelativo de la segunda persona y la tercera se muestra un tanto ambigua, casi como una segunda: “... averigüe que le harán...”; “... asegúrese que recibirá el mismo y no otro (del que desconoce en qué condiciones está)”; “Si no es así hágale una marca para identificarlo...”; “... si lo elige asumirá el riesgo...”; “... por lo tanto desconocerá cuánta vida útil...”; “... evite que permanezcan vacíos...”.

Indudablemente, el argumentador pretende mediante las recomendaciones obtener la adhesión del argumentatario. En este caso, toda la fuerza argumentativa se concentra en la constante apelación al alocutario, al que no se lo informa únicamente de las técnicas de reciclado sino que se lo trata de convencer sobre los posibles riesgos de algunas de ellas y la conveniencia de adoptar aquellas implementadas por un comercio de confianza.

La orientación de la argumentación está determinada claramente por la intencionalidad del locutor que, en el primer caso, trata de persuadir al alocutario sobre la conveniencia del uso de la computadora para “rebajar los gastos de servicios y actividades de la vida cotidiana”. Y, en el segundo, aconsejar sobre las ventajas e inconvenientes que trae aparejado utilizar insumos no originales. En ambos ejemplos en los enunciados subyace el sentido de la necesidad de adquisición del producto en caso de que el usuario no lo posea.

### 6.3.2 Los actores de la argumentación

Bajo el subtítulo “Los actores de la argumentación”, Charles Plantin (1998) hace referencia a la figuras del argumentador y argumentatario. Refiriéndose al argumentador lo designa como el locutor que argumenta y habla de los roles de Proponente y Oponente para referirse a ambos:

Para describir los intercambios argumentativos organizados en un debate, que consideramos como fundamentales, se distingue, entre los argumentadores, al (o a los) **Proponente(s)**, que mantienen el discurso y al (o a los) **Oponente(s)** que sostienen el contradiscurso. En la medida en lo que está en juego en el intercambio argumentativo supera los participantes directamente implicados, se llamará **Terceros** a todos los miembros del público que son testigos interesados en el intercambio. (Plantin, 1998:43)

Una determinada situación de lenguaje es argumentativa siempre que se manifieste en ella una oposición discursiva. Para que la comunicación sea plenamente argumentativa es necesario que la diferencia plante un problema en forma de Pregunta-Cuestión (C) y se distingan claramente los tres papeles actanciales: el de Proponente (P), el de Oponente (O) y el de Tercero. El primero, simbolizado por la letra P, posee un rol argumentativo básico; su interlocutor (P') apoya la propuesta del proponente por lo tanto su intervención se presenta coorientada con el citado y, además, cumple la función de interlocutor aliado. Se ubican en esta posición todos los interlocutores favorables a las ideas, proyectos, ofertas que constituyen la propuesta.

Por el contrario, la función de Oponente (O) la realizan todos los actores que se manifiestan negativamente frente a la propuesta o adoptan un contradiscurso. El Oponente, también tendrá aliados discursivos O', O'', etc. Por ultimo, la figura de Tercero (T) representa a todos aquellos que sin ser propiamente interlocutores

discursivos, muestran dudas frente a la propuesta y/o cuestionan la naturaleza de lo dicho. (Plantin, 1998)

El ejemplo que proponemos a continuación muestra la interacción entre los agentes de la argumentación en un discurso de divulgación publicado en el Suplemento Clarín Informática, titulado *¿Menos bits en la escuela?*, cuya autora es Pamela Mendels<sup>92</sup>.

La idea de usar la computadora en el aula tiene nuevos opositores.

En los últimos años, la opinión más generalizada en los círculos de la política educacional estadounidense postulaba la necesidad de iniciar tempranamente a los niños en el uso de la computadora.

Pero ahora, un grupo de educadores, médicos, psicólogos y otros profesionales cuestionan esa idea. La Alianza para la Infancia afirma que en los Estados Unidos se ha abordado el tema de la tecnología en las escuelas y los hogares de un modo erróneo y sobre la moda del software educativo, y no se priorizó la conveniencia de ayudar a los niños a pensar críticamente.

Ellos reclaman que las computadoras tengan un rol restringido en las aulas de nivel primario, y que se las introduzca paulatinamente, de modo que los niños puedan comprender su funcionamiento y determinar el lugar que deben ocupar en sus vidas [...]. (Mendels, 2000, 9)

Desde el primer párrafo, la locutora enuncia la **propuesta** y manifiesta la existencia de posibles opositores a ésta. En el segundo párrafo, sitúa al proponente (opinión más generalizada en los círculos de la política educacional estadounidense) y completa la propuesta que apareciera en el primer párrafo, “la necesidad de iniciar tempranamente a los niños en el uso de la computadora”. En el tercer párrafo, incorpora la figura del oponente, representado por el grupo de educadores, médicos, psicólogos y otros profesionales que integran la Alianza para la Infancia. El rol del oponente se relaciona directamente con la protesta o cuestionamiento (pregunta-cuestión), adelantada en la proposición “no se priorizó la conveniencia de ayudar a los niños a pensar críticamente”. La exigencia se evidencia con mayor énfasis en el cuarto y último párrafo “ellos **reclaman** que las computadoras tengan un rol restringido en las aulas de nivel primario, y que se las introduzca paulatinamente”. Esto origina la contrapropuesta, introducción paulatina de las computadoras en la vida de los alumnos.

---

<sup>92</sup> Si bien el texto de Pamela Mendels (2000) no corresponde a los años seleccionados para el *corpus* (1997, 1999, 2002) lo hemos tomado en cuenta para el análisis en función de una mejor ejemplificación de los papeles actanciales señalados por Plantin (1998).

Anteriormente, al referirnos al rol de Terceros (T), dijimos que representa a todos aquellos que sin ser interlocutores discursivos, muestran dudas frente a la propuesta y cuestionan o preguntan sobre la naturaleza de lo dicho.

(La pregunta) se genera a partir de la contradicción discurso/contradiscurso (...) Desde esta perspectiva, el Tercero, como persona que plantea la pregunta, tiene un rol sistemático en la interacción argumentativa. La figura del tercero hace patente las distintas posiciones y el contacto entre los discursos contradictorios. En su forma prototípica, la situación argumentativa aparece por lo tanto como una situación de interacción entre discursos del que Propone y los contradiscursos del que se opone y se mediatiza un discurso Tercero, y en consecuencia por una situación “trilógica” que se encarna de forma ejemplar en el intercambio público contradictorio. (Plantin, 1998:29)

El término Tercero – Hablante fue introducido por Peytard (1993) para designar a aquellos enunciados con enunciadores impresos pertenecientes a una generalización discursiva como “la gente dice”, “se pretende que”, “mi amigo dijo que”. En tanto que para Plantin (1998), el Tercero es aquel agente indeciso, que no sabe o no opina, pero también “el que mantiene la duda abierta para poder pronunciarse con conocimiento de causa...”. (Plantin, 1998:29) A pie de página, Plantin aclara que el rol de tercero puede cumplirlo el agente que quiere mantenerse “*Au dessus de la mêlée*” (Más allá de la guerra). Esta nota aclaratoria nos ofrece un indicio de la posición asumida por la locutora en el texto seleccionado como ejemplo.

La enunciativa, como conductora del juego dialéctico, se enmascara a través de la figura de Tercero. Esta nota, como las otras que integran el *corpus*, están acompañadas de paratextos en los que se revela la autoría de ellas. Si bien dicha autoría no se manifiesta en forma explícita dentro del texto y no hay marcas o deícticos que indiquen la fusión de autora, enunciativa – locutora, sino que por el contrario, la voz divulgativa asume un rol neutral, objetivo. Pero, al mismo tiempo, la locutora, representación en este caso de la voz autorial, utiliza mecanismos persuasivos y lingüísticos que refuerzan su posición favorable a una de las dos perspectivas tomadas.

En primer lugar, después de nombrar a cada uno de los integrantes o miembros de la “Alianza de la Infancia” por sus nombres y apellidos, adjunta el cargo o profesión que desempeñan y, además, emite juicios valorativos, a través del uso de subjetivemas: “experimentada maestra y consultora”, “editor de prestigioso boletín”.

En segundo lugar, menciona el objetivo fundamental del grupo y los principios para padres y maestros. La enunciativa apoya tanto el objetivo como los principios por

argumentos aclaratorios y, fundamentalmente, persuasivos. En la cita que consignamos a continuación podemos apreciar dichos argumentos persuasivos:

El objetivo fundamental del grupo es **combatir lo que sus miembros consideran un ambiente cultural nocivo, en el que los niños son víctimas del estrés**. Y el estrés esta produciendo una disminución de su bienestar y un incremento de ciertos problemas de salud, como la hipoactividad y la depresión.

(...) La Alianza esboza cuatro principios para padres y maestros, a los que la enunciadora agrega uno como comentario final:

**-El primero es que la computación intensiva no debe imponerse en las escuelas primarias**. En ese nivel habría que concentrar los esfuerzos en ayudar al niño a conectarse con otras personas y con objetos reales, como lápices y otros elementos similares.

**-Segundo: que los niños adquieran nociones de comportamiento ético** antes de conectarse a online.

**-Tercero: que en la escuela secundaria los jóvenes aprendan cómo funcionan las computadoras**. Tal vez hasta se los podría guiar para que desarmaran y volvieran a armar una computadora sencilla, a fin de que comprendieran sus posibilidades y limitaciones.

**-Cuatro: que aprendan la historia de la tecnología y su influencia sobre la sociedad** para que más adelante ellos también puedan tomar decisiones informadas acerca de cuestiones tecnológicas.

**-Finalmente, no tiene mucho sentido enseñarles destrezas que serán anticuadas cuando ellos tengan edad para trabajar.** (Mendels, 2000:9)<sup>93</sup>

Los roles básicos de la argumentatividad propuestos por Plantin: Proponente, Oponente y Tercero se complementan con papeles secundarios que cumplen los aliados discursivos. En el ejemplo citado, el rol de Aliado del Proponente, lo cumple la representación discursiva de Heidi B. Rogers, presidenta de la Internacional Society for Technology in Education, quien “sostiene que la computadora puede **favorecer el aprendizaje** en los primeros grados por medio de recursos tales como proyectos en colaboración” (Mendels, 2000:9). Mientras que el rol de Aliado del Oponente, lo cumplen los padres, maestros y legisladores persuadidos por las ideas de la Alianza de la Infancia.

Para finalizar, desde el paratexto o pregunta retórica con la que se titula la nota *¿Menos bits en la escuela?*, pasando por el uso del nombre y apellido de la periodista que no sólo reconoce su texto sino que se hace responsable de él (nombre y apellido que también se acompañan con su dirección electrónica), hasta la última expresión destacada en negrita con la que concluye el artículo “antes de que sea demasiado tarde”, el enunciado analizado exhibe marcas argumentativas de la subjetividad autorial.

---

<sup>93</sup> En la nota de Mendels, los principios son enunciados sin comillas y destacados en negritas.

En primer lugar, debemos destacar la forma concisa y demarcativa con que introduce el tema: “La idea de usar la computadora en el aula tiene nuevos opositores”. En este enunciado la fuerza aseverativa prevalece en la situación de oposición. En segundo lugar, y si se toma en cuenta este punto de vista, la voz enunciativa irá *in crescendo* con el objeto de enfatizar el rol opositor.

Expresiones señaladas en negrita como “cuestionan esa idea”, “destrezas efímeras”, “paulatinamente”, “ambiente cultural nocivo”, “informe crítico”, “computación intensiva”, “comportamiento ético”, etc. tienen como finalidad la persuasión del interlocutor (público general que se sumará o no a los padres, maestros o legisladores) y, al mismo tiempo, dichos enunciados enfáticos señalan que la enunciativa está predispuesta ideológica y emocionalmente a jugar ese rol.

Puede cuestionarse que es una estrategia de la escritura periodística destacar con negrita las expresiones de mayor relevancia. Sin embargo, en este caso, dichas expresiones poseen un significado *avant la lettre* por tres motivos:

1. No se explaya sobre la argumentación propuesta por el Círculo de la Política Educativa Estadounidense.
2. Únicamente en un enunciado indica la defensa de esta política y por tal motivo, nombra a la persona y cargo correspondiente, pero la coloca en una posición de desprestigio porque la introduce mediante la alusión generalizadora “Muchos”. El valor semántico de la generalización en el adjetivo pronominalizado “muchos” y la contraposición imprecisión/precisión de los dos enunciados acentúa la desvalorización.
3. Por último, en la proposición enunciativa “antes que sea demasiado tarde” enfatiza sin nombrar la anterior y, establece una conclusión aunque ésta es una marca emocional impropia del lenguaje tecnológico pero efectiva para deslindar posiciones entre proponente/oponente y ubicarse, como lo establece Plantin, en el rol de tercero (el que mantiene la duda abierta para poder pronunciarse con conocimiento de causa).

La noticia examinada pareciera estructurarse desde el modo de organización discursiva, sobre la base de la argumentación dialéctica clásica, en la que el rol de tercero posee especial relevancia porque juega entre dos polos oposicionales, por una parte asume la posición neutral, objetiva, impersonal, exigida por el periodismo científico; por otra, dicho punto de vista encubre una toma de posición ideológica y



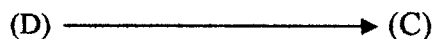
emocional que deja en el enunciado indicios o marcas argumentativas sobre su referente. En síntesis, en toda la nota de Mendels existen estrategias interactivas que persuasivamente orientan la conducta del interlocutor hacia una posición predeterminada.

### 6.3.3 Los componentes, el esquema y la fuerza argumentativa en el modelo de Toulmin.

Anteriormente, en el apartado 6.2, cuando tratamos el tema de las teorías sobre argumentación en el siglo XX, al referirnos a Stephen E. Toulmin, dijimos que este teórico consideraba al argumento, en el sentido de un tramo de razonamiento. Nos parece conveniente identificar ese “tramo de razonamiento” en función del modelo propuesto por dicho autor para el análisis del proceso argumentativo. Los componentes de dicho modelo son: conclusión (tesis), datos (argumentos), garantía (ley de paso), soporte (respaldo) y restricción (reserva).

#### a) Conclusión y datos.

La aserción “Generalmente, las pantallas, aún las de igual tamaño no son iguales”(C)<sup>94</sup>, posibilita la pregunta del argumentatario ¿Qué te hace decir eso?. El argumentador, a su vez, defiende o justifica su idea con uno o más datos o argumentos (D). Por ejemplo “Las pantallas de 17 pulgadas sirven para navegar por Internet”. En la relación entre el dato (que la justifica) y la aserción enunciativa, esta última adquiere su estatuto de conclusión. Si reproducimos esquemáticamente<sup>95</sup> el ejemplo propuesto obtendremos la relación entre los signos:



<sup>94</sup> Extrajimos los ejemplos del tema de tapa de Leo González Pérez “Cambiá la imagen de tu compu sin pagar tanto”, Suplemento Informática Clarín, 6 de Marzo de 2002:2.

<sup>95</sup> Entendemos por esquema el microuniverso construido en el discurso que propone tres tipos de imágenes del locutor, del destinatario y del referente. “Una esquematización discursiva propone una visión. Presenta imágenes de aquello de lo que trata el discurso, del orador y del auditorio. Por otra parte la esquematización esta hecha de signos. Es ella misma un signo y, en tanto tal, remite a otra cosa distinta de ella. Es, entonces aquello a lo que ella remite, lo que puede desencadenar la acción o, al menos prepararla”. (Grize, 1982:12)

Es decir, ligamos con una flecha el signo (D) que representa el dato o argumento emitido, con el signo (C), representativo de la conclusión.

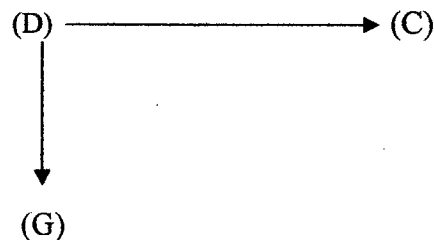
b) Garantía:

La “garantía” es el puente que permite relacionar las dos afirmaciones anteriores sobre los monitores.

El argumentatario puede señalar que no observa la relación existente entre la primera y la segunda proposición: ¿El hecho de que las pantallas de 17 pulgadas sirvan para navegar por Internet permite inferir que generalmente, aún las de igual tamaño no son iguales?

El argumentador, en el instante de dar su respuesta al argumentatario tiene dos opciones, primero, responder ofreciendo otra serie de datos, hecho que no asegura el cese de las repreguntas del interlocutor; segundo, utilizar una garantía, un puente entre ambos enunciados. Una garantía (G) es un principio general, norma o ley que autoriza el paso de él o los datos a la conclusión. En el ejemplo seleccionado, dicha garantía es la siguiente: “la tecnología de los monitores, como ocurre con todos los componentes informáticos, no para de evolucionar”.

El esquema argumentativo, en este caso, presenta la siguiente modificación:



La garantía al funcionar como nexo o conexión que permite el paso de él o los datos a la conclusión, no sufre en el traspaso variantes que la modifiquen en su totalidad, cualesquiera sea el campo en que se la aplique, siempre funciona como norma o regla de paso.

c) Restricción:

Muchas veces resulta difícil que la conclusión (C) pueda inferirse con un grado absoluto de certezas de las garantías (G) y datos (D). Cuando esto sucede, es necesario determinar con qué fuerza la relación de los datos (D) permite extraer la conclusión (C). Caso contrario, dicha conclusión debe ser restringida de acuerdo a lo que autoriza la garantía (G), relacionada con el dato de origen. Los

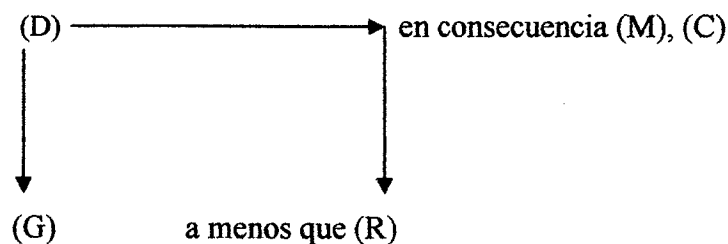
modalizadores (M) que pueden tomar la forma lingüística de adverbios aparecen, en estos casos, en el enunciado de la conclusión, por ejemplo:

“Generalmente, las pantallas aún las de igual tamaño, no son iguales”.

En algunas circunstancias, la garantía padece una restricción y sólo puede ser aplicada al nivel de los datos.

“A menos que el usuario sepa cuál es el principal uso que le dará a la computadora”. (R)

La restricción (R) se relaciona con el adverbio modal “generalmente” que aparece en la conclusión (C) y que es indicador de fuerza argumentativa. El esquema, por lo tanto soportaría una nueva modificación:

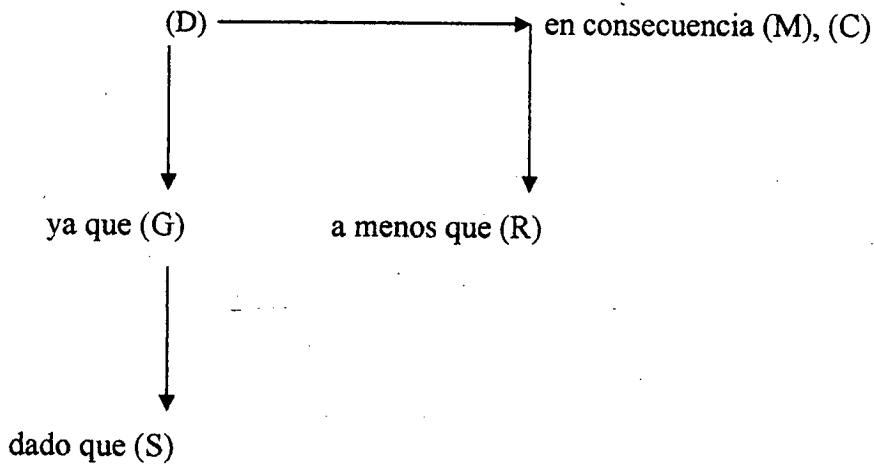


d) Soporte (o respaldo):

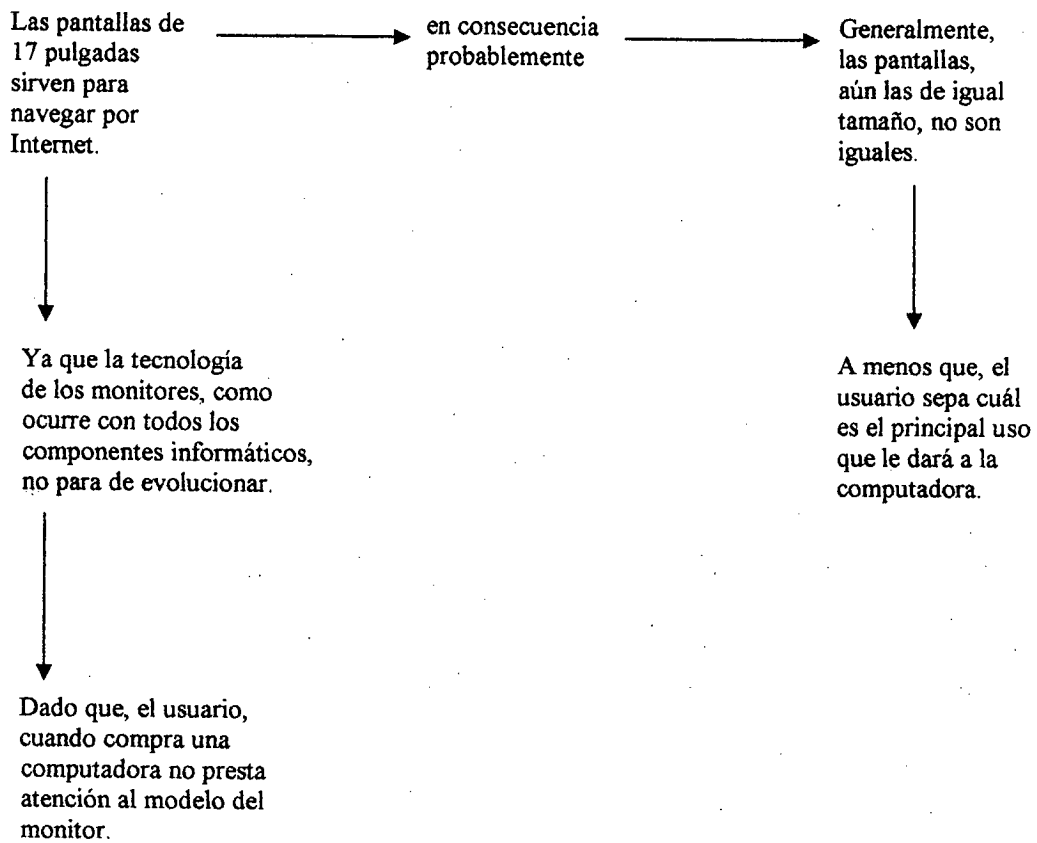
Por último, la misma garantía o ley de paso puede ser cuestionada, por tal motivo hay que fundamentarla o en soportes o argumentos de justificación. Por ejemplo:

“Dado que, el usuario cuando compra una computadora no presta atención al modelo del monitor” (S).

Al contrario de la garantía, el soporte o respaldo que cumple la función de servir como fundamento de la primera, no opera siempre igual, puede variar de un componente a otro, e incluso puede variar en un mismo componente. Por ejemplo, la siguiente proposición que funciona como garantía “La tecnología de los monitores, como ocurre con todos los componentes informáticos, no para de evolucionar”, no varía en el dato “No todas las pantallas son iguales...” (D) ni tampoco en la conclusión “Cuando se compra una computadora, el monitor es lo último que se elige...” (C). Pero, en el caso del soporte o respaldo si se producen variaciones, por ejemplo



En el ejemplo propuesto:



Para un desarrollo eficaz del modelo propuesto por Toulmin, todos los componentes que lo integran deben relacionarse de tal manera que exista interdependencia entre ellos. Por esto, los datos en los que se basa deben ser relevantes en relación con la conclusión, la garantía tiene que ser suficiente para apoyar a la conclusión y al dato que se está discutiendo, además debe sostenerse en la solidez del

soporte. La modalidad o fuerza de la pretensión argumentativa debe manifestarse explícitamente y, además, deben ser claras las posibles refutaciones o excepciones.

En la práctica argumentativa, el campo de acción en que se desarrolla el proceso de la argumentación tiene gran incidencia porque, por ejemplo, no se requieren las conexiones con las mismas características en argumentos abstractos (lógica y matemática) que en argumentos concretos, de prácticas cotidianas. En el primer caso, dichas conexiones son absolutamente necesarias, en el segundo son condicionales. Es decir, en estas últimas, muchas veces las garantías de los argumentos no autorizan a pasar en forma directa de los datos o argumentos particulares a las conclusiones. Tanto los datos como las conclusiones pueden no ser absolutamente válidos y confiables. Por tal motivo a veces, es razonable basar las conclusiones en evidencias menos perfectas y absolutas.

El proceso argumentativo está estrechamente relacionado con la actividad humana en la que se desarrolla y en ella encontrará su lugar y función. La fuerza de un argumento depende del “campo energizante” que le confiere la actividad, ésta actúa como campo electromagnético que impregna de energía al argumento. Un argumento es por tal motivo, parte de una práctica social más amplia con objetivos propios y únicamente tendrá fuerza si logra aislar la información relevante (según el auditorio al cual pone como destinatario) de modo de fundamentar sus conclusiones. La fuerza argumentativa depende de:

- a) los enunciados calificadores,
- b) las excepciones y condiciones de presentación de los argumentos,
- c) el concepto de la carga de la prueba, y
- d) la argumentación relevante.

En el caso a), los enunciados calificadores se utilizan para determinar el grado de certeza que se tiene de una excepción particular.

A quién no le pasó alguna vez que debía realizar una tarea en una PC y el material con el que debía contar estaba en otra máquina. ¡Y encima, el tamaño de los archivos superaba y por mucho a la capacidad de almacenamiento! [...]. En el mismo sentido, alguien que se compra una nueva computadora **seguramente** querrá recuperar todos los datos que tenía almacenados en la PC vieja. (Raimondi y Milla, 2002:2)

Los adverbios (“indudablemente”, “posiblemente”, “probablemente” y otros) cumplen la función de calificadores argumentativos. Señalan el tipo de fuerza

argumentativa que opera en la conclusión (C) sobre la base de la relación entre el dato, la garantía y el soporte. Estos adverbios y frases adverbiales, por ejemplo, “necesariamente”, “seguramente”, “generalmente”, “muy posiblemente”, “resulta plausible que”, “con toda probabilidad”, “tal vez”, como lo dijéramos con anterioridad, se utilizan muchas veces porque las garantías no permiten el paso directo del dato a la conclusión y, se hace necesario el uso de modalizadores, función que cumplen dichos conectores discursivos. Además, sintácticamente, estos adverbios y frases adverbiales se insertan como modalizadores dentro del enunciado conclusivo al que califican. En el ejemplo precedente el sentido indefinido del pronombre “alguien” se interrumpe por el grado de certeza manifestado en el adverbio modalizador “seguramente”.

En otros ejemplos, lo arriba indicado no sucede y cómo en el caso de la matemática o la lógica, la estructura de la argumentación se construye como un proceso deductivo, en el que la conclusión se infiere, necesariamente y el adverbio esta ausente porque se encuentra implícito en dicho proceso. En estas ocasiones, la fuerza argumentativa depende de la evidencia, ya que, a mayor grado de evidencia, mayor fuerza argumentativa del enunciado.

Son varios los fabricantes que (te) ofrecen esta alternativa de red casera, pero ninguno, al menos, por ahora está en el país. De aquí algunos ejemplos: D-Link (el año pasado vendía aquí a unos 280 dólares el kit USB, y promete traerlo de nuevo este año pero sin fecha) Linhsy (no está en el país) y el gigante de redes 3 Com discontinuó, a fines del año pasado, su kit Home Conté. (Milla, 2002: 2)

En este fragmento, el argumentador apela al lector para que construya su propia red casera. La argumentación se estructura sobre la base de una conclusión “son varios los fabricantes que te ofrecen esta alternativa de red casera”, a dicha conclusión se suma una restricción “pero, ninguno, al menos, por ahora esta en el país”, y se completa el sentido con tres argumentos o datos ejemplificativos: “D-Link (el año pasado vendía aquí a unos 280 dólares el kit USB, y promete traerlo de nuevo este año pero sin fecha)”, “Linhsy (no esta en el país)” y “el gigante de redes 3 Com discontinuó a fines del año pasado, su kit Home Conté”.

En la cita antepuesta, el argumentador en la conclusión, persigue como finalidad persuadir al lector de la ausencia de fabricantes de redes en el país e implícitamente, también concentra en ella, la fuerza argumentativa, originada en la necesidad de que el lector o usuario construya la propia, por tal razón no se utilizan adverbios

modalizadores. La fuerza argumentativa depende de la evidencia aportada en cada ejemplo.

El caso b) que corresponde a las excepciones y condiciones de la presentación y la discusión de argumentos consiste en que algunas garantías autorizan las conclusiones de manera incondicional mientras que, otras lo hacen únicamente en situaciones normales. Además, existen garantías que únicamente en casos excepcionales son eficaces. “Probablemente los días de los disquetes están contados. Ya se están desarrollando unas especies de tarjetas que se conectan por puerto universal de serie USB (por sus siglas en inglés) y tienen el tamaño de un llavero. (Raimondi – Milla, 2002: 3)

El uso del adverbio “probablemente” se debe a que existen dos razones para que una conclusión no sea presentada como válida. La primera es que el dato, la garantía y el soporte sostengan parcial o débilmente la conclusión, como en el ejemplo señalado. La segunda, cuando el dato, la garantía y el soporte sustentan la conclusión en determinados contextos o de acuerdo a ciertas condiciones.

Tiene dos oposiciones de kit. Para la primera, usa placas PCI, que van al motherboard, y en la otra un adaptador que debes enchufar en una puerto USB. De la placa PCI o del adaptador sale el cable telefónico que debes conectar a la ficha RJ-11 de la pared, **salvo que no haya tendido telefónico**, en dicho caso, el cable cuesta.... (Milla, 2002, 3)

Este tipo de cláusula “salvo que”, “al menos que”, se colocan, la mayoría de las veces, como excepciones, acompañando ciertas restricciones, es decir, la garantía abarca la totalidad conclusiva, excepto en aquellos casos que estén en determinadas situaciones. En el ejemplo dado, concretar la operación indicada, conlleva la restricción del tendido telefónico y si dicho tendido no existe, el usuario tiene la opción de la compra del cable.

Respecto del punto c), es decir el concepto de carga de la prueba, consiste éste en avalar presuntivamente ciertas informaciones incompletas y/o conflictivas pero, racionalmente, no hay evidencias que las contradigan. Por este motivo se adelanta uno o más contraargumentos a posibles refutaciones, como en el siguiente ejemplo:

Entre sus ventajas están la facilidad y rapidez de montaje (sólo hay que **calzar las placas PCI** en la PC y ubicar el acces point sobre algún escritorio); el alcance, de entre **50 y 100 metros**, que lo hace ideal para montar la red dentro de un edificio o una casa, y la velocidad de transferencia, de 11 megabits por

segundo (Mbps), más que suficiente para un ambiente hogareño o de oficina pequeña. Y, entre las **contras**, la más notoria es su elevado costo.... (Milla, 2002, 2)

Por último, el punto d) se refiere a los argumentos relevantes. La noción de fuerza argumentativa se sostiene y complementa con el concepto de relevancia de los argumentos. Un argumento es relevante si, en primer lugar, puede adaptarse al contexto en que se aplica y, en segundo lugar, si contribuye al logro de los objetivos específicos del campo de actividad o práctica que desarrolla.

Por las razones señaladas anteriormente, las condiciones de fuerza y relevancia argumentativas pueden comprenderse en toda su dimensión si son analizadas en función de los objetivos y las demandas que caracterizan al contexto de la práctica empresarial o científica que les diera origen. Indudablemente que esto requiere de parte del argumentador un amplio conocimiento sobre las organizaciones y los fines que dichos campos de actividades persiguen. De este modo, podrá emitir aserciones genuinas y justificarlas en el marco de un debate lícito. Tanto el argumentador como el argumentatario que participan en una situación argumentativa poseen información relevante como irrelevante y hacen uso de ella para salvaguardar el progreso de sus posiciones o puntos de vistas. El entrenamiento profesional capacita, muchas veces, para actuar en el campo de actividad propio, ya sea éste científico, de negocios, jurídico, etc. y distinguir qué tipo de información es relevante para justificar los argumentos dentro de ese campo determinado. Son escasas las condiciones de relevancia de tipo general que pueden utilizarse por igual en distintos campos o foros. (Toulmin, 1958)

#### **6.3.4 Esquematización y Argumentación según la teoría de J. B. Grize.**

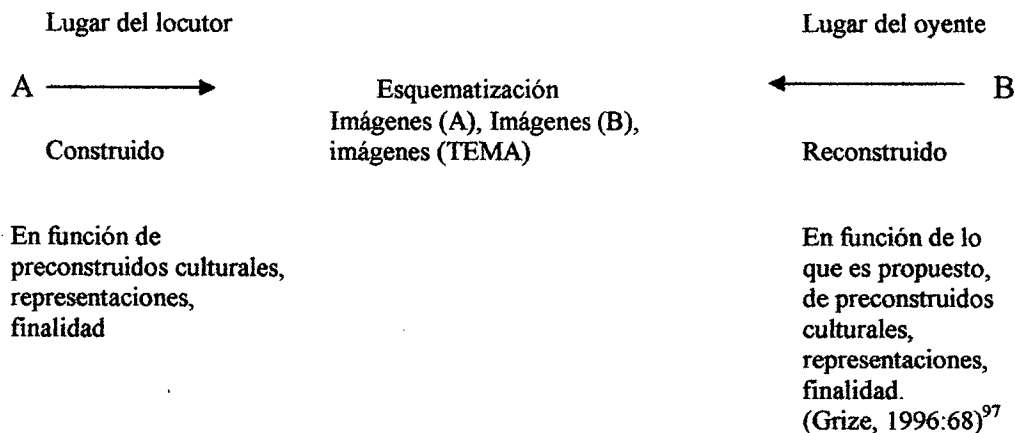
Cuando hicimos referencia a las investigaciones sobre el proceso argumentativo efectuadas por los lógicos de la argumentación, dijimos que éstos lo consideraban como una práctica dialógica y confrontativa. La teoría de la esquematización, concebida por J. B. Grize, teórico perteneciente al Centro de Investigaciones Semiológicas de la Universidad Suiza de Neuchâtel, es una interacción verbal que se basa en cinco postulados básicos: 1) **dialogismo**: noción tomada de Bajtín y que comprende las circunstancias del intercambio y la enunciación. Tanto A como B son, participantes activos en la construcción del sentido textual. En sus estudios de 1982 ya había aseverado el dialogismo respecto de la argumentación:



Argumentar es buscar conducir, a través del discurso, a un interlocutor o a un auditorio dado, a realizar una cierta acción. Se sigue de esto que una argumentación está construida siempre para alguien, al contrario de una demostración que es para “todo el mundo”. Se trata, entonces de un proceso dialógico, al menos virtualmente. (Grize, 1982:12)<sup>96</sup>

2) **situación de interlocución**: dicha situación se enmarca en dos dimensiones, una concreta (tiempo, lugar, finalidad del discurso) y una teórica (marco sociohistórico dado); 3) **representaciones**: este postulado toma en cuenta la representación que el locutor A tiene de sí mismo, la que tiene del oyente B y la que tiene del referente o tema de que se trata. Estas tres representaciones se combinan igualmente entre sí; 4) **preconstruidos culturales**: en el momento de la interacción se moviliza todo un sistema de conocimientos que, a su vez, suministra una serie de datos o informaciones a los discursos de los interlocutores; 5) **construcción de los objetos**: este último postulado, se basa en los puntos de vista de A y de B al construir sus referentes.

#### Situación de interlocución



El ejemplo siguiente, tomado del tema de tapa publicado el 6 de Marzo de 2002, nos permite apreciar el modelo de esquematización, propuesto por J. B. Grize.

Para evitar sorpresas cuando se compre un equipo de CRT será bueno tener en cuenta varias características que diferencian entre sí a los monitores, incluso a

<sup>96</sup> Destacamos en negrita el subjetivema “dialógico” que acompaña al vocablo “proceso”. Como así también cada uno de los postulados básicos.

<sup>97</sup> Citado por P. Charaudeau y D. Maingueneau (2005), *Diccionario de Análisis del Discurso*. Trad. Irene Agoff. Buenos Aires: Amorrurtu.

los de igual tamaño. Y una de ellas es la **superficie efectivamente visible de la pantalla**. Es que cuando comercialmente se habla de un monitor de, por ejemplo, 17 pulgadas, se está haciendo referencia a la medida de las diagonales de la pantalla todavía no colocada en la carcasa del monitor. Y cuando esa pantalla de 17 pulgadas es encastrada en el borde plástico que la contiene, se pierde su superficie visible. Por eso es conveniente **averiguar la superficie visible real** de la pantalla, una dato que en general los fabricantes incluyen en las fichas técnicas. (González Pérez, 2002:2)

El locutor y argumentador (A) se ubica en su actuación lingüística-discursiva en el campo del conocimiento tecnológico en Informática a transmitir pero, además y desde el punto de vista del discurso seleccionado para dicha comunicación, en una posición de sociabilidad y cortesía, respecto de su interlocutor y argumentatario: “para evitar sorpresas cuando se compre un equipo de CRT...”. A pesar de que elide el pronombre de segunda persona en singular “usted”, la intencionalidad de A está orientada hacia B, su interlocutor, a quien pretende convencer de las diferencias que existen entre los monitores “incluso los de igual tamaño”.

La imagen de B que muestra esta situación de interlocución se corresponde con un destinatario no experto en el tema y, a quien el argumentador prepara para actuar de determinada manera. Por este motivo, a continuación, le da una serie de recomendaciones sobre las dimensiones de los monitores: “y una de ellas es la superficie visible de la pantalla [...]. Por eso es conveniente averiguar la superficie visible real [...]”.

Para que el discurso de A induzca en B una reconstrucción activa de lo argumentado verbalmente, es necesario que se satisfagan, en particular, ciertas condiciones de coherencia

[...] que operan sobre la naturaleza de las imágenes que propone el discurso.

Utilizo el término “imagen” en sentido fuerte. Una esquematización discursiva propone una visión. Presenta imágenes de aquello de lo que trata el discurso, del orador y del auditorio. Por otra parte, la esquematización está hecha de signos pero es más que un mosaico. Es ella misma un signo y, en tanto tal, remite a otra cosa distinta de ella. Es, entonces, aquello a lo que ella remite lo que puede desencadenar la acción o, al menos, prepararla.

Como una argumentación existe siempre para alguien, es necesario que se haga, entre otras cosas, una representación de su destinatario. No sólo de los conocimientos de este último, sino de los valores a los que adhiere. Es así que el aspecto seductor de una argumentación residirá en la evocación de valores ideológicos de B. (Grize, 1982:12)

Desde este punto de vista, la propuesta de esquematización discursiva de Grize al construirse sobre las imágenes del referente, del argumentador y del argumentatario, se aproxima a las teorías del *ethos* discursivo y, a la de las representaciones sociales.

### 6.3.5 Mecanismos lingüísticos y discursivos.

En este apartado abordamos dos temas interrelacionados y de suma importancia en los estudios sobre argumentación: los mecanismos utilizados en el proceso argumentativo, es decir, el uso de conectores y la cohesión léxica de tipo contrastivo. Los conectores relacionan fragmentos discursivos como cláusulas o sintagmas en el nivel oracional o como oraciones y párrafos en el textual, ponen de manifiesto la conexión pragmática y argumentativa de los componentes intratextuales. En los textos que analizamos del *corpus* encontramos cinco clases de conectores específicos:

a) **Contrastivos:** se utilizan cuando el proceso argumentativo supone un cotejo o enfrentamiento de opiniones que puede presentarse mediante cuatro modalidades:

a.1) **Oposición:** existe contraste entre una tesis (argumento p a favor de la conclusión C) y una antítesis (argumento q a favor de la conclusión no – C). Desde el punto de vista lógico semántico se afirma la validez de ambas (tanto la proposición p como q son ciertas) pero desde el punto de vista pragmático, la segunda tiene mayor fuerza argumentativa, de manera que se impone la conclusión relacionada con ella (no – C). Los conectores que manifiestan esta relación son **pero, en cambio, sin embargo, ahora (bien)...**

En general, la garantía es únicamente sobre el funcionamiento del cartucho y es habitual que se prometa devolver el dinero si no se está satisfecho. **Sin embargo**, la devolución de la plata puede no solucionar el problema, ya que si el cartucho fue arruinado, para reponerlo habrá que poner mucho más que el dinero devuelto por el reciclador. (Raimondi y Milla, 2002: 2)

El enunciado citado es **oposicional** porque:

P: La garantía es únicamente sobre el funcionamiento del cartucho,

Q: Es habitual que se devuelva el dinero si éste falta.

C: La devolución de la plata no soluciona el problema si el cartucho fue arruinado.

a.2) **Sustitución:** esta oposición niega la validez del primer elemento mediante una negación explícita en la mayoría de los casos (desde el punto de vista lógico p sería falso), y se afirma la verdad lógica del segundo (q es verdadero). “No es necesario que la compu sea un fierro último modelo, pero tampoco un cascajo”. (García, 2002: 2)

P: Es necesario que la “compu” sea último modelo

valor de verdad = falso

Q: Es necesario que la “compu” tampoco sea un cascajo

valor de verdad = verdadero

En este ejemplo, **pero** actúa casi como sinónimo de **sino** o con el valor de sustitución que este último plantea. Como en el caso anterior, la misma actuación de **pero** se da en el siguiente ejemplo: “La videoconferencia y las llamadas por Internet no tendrán la buena calidad que ofrece la banda ancha (el llamado tiempo real), pero el resultado es aceptable”. (García, 2002: 2)

La fuerza argumentativa de la validez del segundo elemento se apoya en la certeza lógica de éste. El primer elemento p no es asumido por el argumentador, sino que “es atribuido a alguna otra persona concretada discursivamente o no, de forma que el emisor no se compromete con esa primera parte del enunciado, a la que opone la segunda, que sí asume a sus propias creencias”. (Cuenca, 1995: 28)

Los conectores de sustitución son **sino** (exige la presencia de una negación explícita previa), **en lugar de**; **en vez de**; todos con carácter preposicional y en el nivel textual sintagmas como **por el contrario**, **al contrario**, **todo lo contrario**, etc.

a.3) **Restricción:** La relación entre el todo y una de sus partes se interrumpe porque el argumentador la niega: los conectores de restricción utilizados en este caso en el nivel oracional son: **excepto**, **sino**, **más que**, **aparte de**, etc. Y en el nivel textual, y **a no ser que**, **excepto si y otros**. “Los software de intercambio más usados son AndioGalaxy y Kazaa, y se bajan gratis de la Web, **al menos** hasta que la justicia no disponga lo contrario”. (García, 2002: 2) El conector “al menos” introduce la restricción, la norma rige en la totalidad de casos, excepto que halla una disposición de la justicia que invalide lo anterior.

a.4) **Concesión:** El argumentador niega la relación causa-efecto, es decir, indica que el primer elemento conectado constituye una causa que no produce el efecto

esperado. Los conectores usados entre oraciones son las conjunciones **aunque, a pesar de que, etc.** Textualmente utilizamos otros como **no obstante, con todo, a pesar de eso, de todas formas, de todos modos, etc.** “Aunque la idea sólo sea pasar datos de una a otra, el método más eficiente para transferir información es la red, que puede ser con o sin cables” (Raimondi y Milla, 2002: 2).

En el ejemplo seleccionado aparece invertido el orden de los componentes, el elemento uno correspondiente a la aserción “el método más eficiente para transferir información es la red...” aparece en segundo lugar en el enunciado, mientras que el elemento dos “aunque la idea sólo sea pasar datos de una a otra”, lo hace en primer lugar.

- b) **Causales:** La justificación de los argumentos explica el uso de estos conectores en las relaciones causales y consecutivas intratextuales. Las conjunciones (**porque, puesto que, ya que**) actúan, a nivel oracional como conectores causales mientras que (**por eso, por ello, a causa de eso**) lo son a nivel textual. El ejemplo siguiente muestra un caso de uso a nivel textual porque emplea el conector “por eso”:

Las pequeñas computadoras de mano fueron primeras en esto de transferir datos. Por su carácter de equipo móvil siempre permitieron una comunicación directa y sencilla con la computadora de escritorio, **por eso** todas las marcas incluyen cable de conexión y el software imprescindible para tal fin. (Raimondi y Milla, 2002: 2)

La conexión no se produce únicamente entre las dos proposiciones sino que su sentido abarca todo el fragmento citado.

- c) **Consecutivos:** Entre los consecutivos, contamos con formas como (**así que, por lo tanto, por consiguiente, en consecuencia, así pues, etc.**) que relacionan cláusulas oracionales y párrafos. “En la empresa intercambiamos información entre computadoras a través de una red interna (LAN). **Así** los datos necesarios llegan al toque”. (Andrea Vadajnel, 2002: 2) En el ejemplo precedente, la conexión se produce a nivel oracional, el conector “así” modifica el sentido de la primera proposición e introduce una consecuencia de ésta: los datos necesarios llegan inmediatamente o con rapidez. El uso de la expresión “al toque” resta formalidad al lenguaje informático y lo vulgariza.

d) **Distributivos:** Los conectores de enumeración o distribución son utilizados, generalmente, en la defensa de los diferentes argumentos que sustentan una tesis porque la organización textual de ella, requiere del uso de estos conectores textuales son de carácter distributivo (**en primer lugar, en segundo lugar, por último, finalmente, por una parte, por otra, además, etc.**). Otros mecanismos de distribución son: números (1, 2, 3), letras (a, b, c) o guiones, también característicos del desarrollo argumentativo que si bien no son propiamente conectores, cumplen similar función.

Parece que los días de los disquetes están contados. ya se están desarrollando unas especies de tarjetas que se conectan por puerto universal (...) Por un lado aparece la Memory Key, (...) Por otro lado, la japonesa Sony (...) Por último, aparece la línea Microdrive, (...). (Raimondi y Milla, 2002: 3)

La cita anterior utiliza los conectores textuales distributivos “por un lado...”, “por otro lado...”, “por último...” que muestran el orden cronológico de producción de las tarjetas electrónicas en las empresas.

e) **Condicionales:** Otros tipos de marcadores argumentativos son los condicionales (**si, en caso de, en ese caso, etc.**). Por ejemplo:

El tercer punto en cuestión es la conexión a Internet. **Si bien** este sistema es más económico que las llamadas telefónicas comunes – se paga el costo de la llamada local o el descuento que otorgue el proveedor – cuando se utiliza el dial-up la comunicación puede sufrir interrupciones y la recepción del audio no ser del toda clara. Todo lo contrario ocurre con una banda ancha. (Bellucci, 2002: 2)

El conector modifica y restringe el sentido de la primera proposición imponiendo una condición que dicha proposición no mencionaba.

Hay conectores argumentativos utilizados en las estrategias textuales como la generalización (**generalmente, en general, generalizando**), la ejemplificación (**por ejemplo**). En todos los textos del corpus se utiliza abundantemente este tipo de estrategia. Los fragmentos siguientes muestran los dos casos señalados, respectivamente<sup>98</sup>:

Cuando se compra una computadora, el monitor es **generalmente** lo último que se elige y el componente del equipo al que menos atención se le presta. (González Pérez, 2002:2)

---

<sup>98</sup> Se destaca en negrita diferentes conectores argumentativos.

El adverbio “generalmente” enfatiza en el enunciado la falta de interés por parte de los usuarios respecto de la elección de los monitores. En el fragmento siguiente, la explicación del precio de las llamadas telefónicas se introduce con el conector argumentativo ejemplificativo “por ejemplo”:

Por ejemplo, las **llamadas telefónicas internacionales** a través de Internet **cuestan mucho menos** que las que se realizan por la red telefónica tradicional. (García, 2002: 2)

También son frecuentes los casos de argumentación consecutiva, en la que la conexión no se establece de acuerdo a la norma causa-efecto, sino que deriva del punto de vista, argumento consecutivo de índole pasional, por ejemplo en la cita siguiente lo cumpliría la expresión “y eso es imposible”:

En torno de estos replicadores, hay una confusión muy común, como también se los llama (y mal) “hub USB” muchos usuarios los creen iguales a los verdaderos hub Etherneth y los pretenden usar para armar una red. **Y eso es imposible.** (Milla, 2002, 2)

#### **6. 4 Constantes y variables entre los temas de tapa del año 2002 respecto de los de 1997 y de 1999.**

Toda argumentación puede ser conceptualizada como “una operación que se apoya sobre un enunciado asegurado (aceptado) – el argumento – para llegar a un enunciado menos asegurado (menos aceptable) – la conclusión” pero también podemos considerarla como “el conjunto de técnicas (conscientes o inconscientes) de legitimación de las creencias y de los comportamientos”. (Plantin, 1998:39) En este último caso, el enunciador pretende mediante la práctica argumentativa “influir, transformar o reforzar las creencias o los comportamientos (conscientes o inconscientes) de la persona o persona que constituyen su objetivo”. La finalidad de influir, transformar o reforzar las creencias o los comportamientos prevalece en los textos argumentativos y legitima el discurso del argumentador.

En las noticias que integran el *corpus* analizado el sentido de la argumentación se modifica explícitamente según el año observado. Por ejemplo, el sentido argumentativo de las notas de tapa correspondientes al 2002 difiere del correspondiente al año 1997 y también al de 1999. En el año 2002, el sentido que se manifiesta

exteriormente en la superficie enunciativa y que determina la argumentación es el propósito del enunciador de solidarizarse con el destinatario o lector por las vicisitudes que éste padece, como consecuencia de la crisis económica y social, a raíz de los sucesos políticos del año 2001, en nuestro país. Por tal motivo, el argumentatario apela constantemente al usuario y da razones prioritarias sobre las diversas maneras de economizar en la adquisición y el uso de los productos informáticos. Son corrientes las apelaciones como:

- “Cambiá la imagen de tu compu sin pagar tanto”.
- “Los precios y modelos que más convienen a los bolsillos actuales”.
- “Lo que tenés que tener en cuenta a la hora de elegir el monitor según los distintos usos”.
- “Cargá tinta sin afectar el funcionamiento del equipo”.
- “Aprovechá la impresora cuidando el bolsillo”.
- “Encará el desafío de recargar el cartucho”.

Al igual que en el caso de las apelaciones, también abundan aquellos argumentos que responden a dilemas que se plantea el posible destinatario del mensaje argumentativo: “¿No terminaré arruinando la impresora?, ¿cómo distingo un buen cartucho? ¿Conviene reciclar o comprar uno de marca alternativa?”. (González Pérez, 2002: 2) Las respuestas, estructuradas argumentativamente se apoyan casi siempre en las explicaciones sobre los posibles usos de los productos y funcionan orientando al lector, posible usuario, de la conveniencia de tal o cual marca o de las posibles ventajas que ofrecen las diferentes opciones. Sin embargo, aunque en la superficie textual no se evidencia, por la misma característica de este discurso escrito de segundo grado, se advierte la intencionalidad del argumentatario que se adelanta a refutar posibles contraargumentos.

Una primera cuestión a definir, entonces, sería si optar por un cartucho alternativo o uno reciclado. Entre estas dos opciones hay una diferencia importante de precio, un buen alternativo puede costar más de la mitad que uno original, mientras que reciclar un cartucho ronda el 20 por ciento del valor original. (González Pérez, 2002: 2)



La elección de la opción, basada en el argumento de la diferencia de precio, se completa con otro argumento que se apoya en la disyuntiva de reciclar o rellenar el cartucho, como en el ejemplo siguiente:

En cuanto a la disyuntiva **¿rellenar o reciclar?** La ventaja del rellenado es la rapidez – requiere sólo unos minutos – y es muy cómoda si se hace en casa mediante un kit; pero, **según dicen los que saben**, un cartucho tendrá más vida útil (esto es admitirá más recargas) si se le hace un proceso completo de reciclado en lugar de sólo una recarga. (González Pérez, 2002: 2)

La alusión “según dicen los que saben” destacada en negrita, condensa la fuerza argumentativa y la reenvía al destinatario mediante la mención de la “vida útil del cartucho” y “el proceso completo del reciclado”. Además para convencer al destinatario lo presiona con un posible gasto que si sigue el consejo puede evitar. El enunciador apoya toda la fuerza argumentativa en el uso de calificadores como el subjetivema útil y los adverbios “muy” y “más” que enfatizan su propuesta.

Y la **vida útil** de un cartucho es muy importante, ya que cuando el cartucho no admita más recargas habrá que comprar uno nuevo, porque los usados en buen estado no abundan. (González Pérez, 2002: 2)

Otro ejemplo en el que se prioriza la economía del destinatario extraído del tema de tapa de Raimondi y Milla:

Los que estudian o trabajan tienen una inmensa biblioteca de datos **gratuitos**. Estar al día con la información en cualquier tema y a nivel mundial es **más barato** gracias a la Web. Y, a la hora de entretenimiento, deja pasar horas de diversión **sin gastar un peso**. **Música digital, videos y juegos gratuitos** son algunas de las ofertas.

Pero para disfrutar de todo esto sin contratiempos es mejor tener en claro algunas cuestiones que hacen a la naturaleza del mundo digital de la compu e Internet. Ellas son:

- Fierro a medida [...]
- Conexión a la Web [...]. (Raimondi y Milla, 2002:2)

Si bien el locutor se dirige al alocutario en tercera persona, implícitamente está manifestando una segunda persona plural al dirigirse a aquellos destinatarios que estudian o trabajan. Para estos es su mensaje que basa su argumento en la gratuidad del servicio y la posibilidad de alternativas que brinda Internet tanto en el momento de la búsqueda de información como de entretenimiento. Por otra parte, a los dos argumentos

expuestos le sucede un tercero que restringe las posibilidades de los anteriores, y manifiesta la necesidad de aclarar algunas cuestiones respecto del hardware de la computadora y su conexión.

Los dos casos mostrados como tantos otros que aparecen en el *corpus* se basan en idénticos tópicos argumentativos: economía y solidaridad. Tópicos que no encontramos en las notas correspondientes a 1997 y 1999.

Cuando analizamos en el capítulo cuatro los tópicos de 1997 dijimos que la macroestructura global correspondiente a dicho año era “Internet, nuevos dispositivos y servicios” y que, si bien esta macroestructura se relacionaba con notas publicadas en otros años que también integran el *corpus*, podía apreciarse en el año tratado que tanto información, explicación y argumentación tenían como finalidad poner en conocimiento del público lego los últimos productos tecnológicos que ingresaban al mercado informático. La intencionalidad que persiguen los temas de tapa de 1997 es orientar permanentemente al usuario en la compra segura y ventajosa de las últimas novedades en Informática, como en la cita siguiente:

En función de la RAM, es posible imaginar tres usuarios de computadoras típicos:

- Quienes se manejan con **programas de escritura o de contabilidad** en DOS o Windows 3.1 pueden estar seguros de que una memoria RAM de 8 MB alcanza y sobra.
- Los aficionados a los entornos **multimedia hogareños**, con programas tipo Windows 95, Office 97, juegos e Internet, requerirán de **16 MB** de RAM.
- Finalmente, aquellos que hacen de la computadora una herramienta de **trabajo profesional**, por ejemplo editando audio, video y fotografías, requerirán desde **32 MB** para arriba. (Villafañe, 1997: 3)

Todo el ejemplo centra su atención en guiar al posible usuario o destinatario del mensaje, este es señalado con asiduidad ya sea utilizando dicho vocablo, o alusiones “quienes se manejan...”, “... aquellos que hacen de la computadora”, “los aficionados a los entornos”, o deícticos. En este último caso la pronominalización y las marcas de tiempo o lugar muchas veces dejan la huella de la subjetividad enunciativa en el argumento aunque el discurso exhiba la tercera persona. Por ejemplo, el argumento de la seguridad que brinda la conexión a Internet conlleva implícitamente la orientación de dicho mensaje (el usuario) y el sentido (sólo puede realizarse si se cuenta con un dispositivo, el módem). Es decir, se traspasa la frontera de la lingüística al incorporar el producto real mediante su denominación, como también lo hace el siguiente ejemplo:

“Una fija para los usuarios de computadoras es conectarse a Internet. Para eso necesitarán un módem, que se enchufa al puerto serial que está en la parte posterior de la computadora.” (Villafañe, 1997:3)

En otros casos la reafirmación o énfasis concentra toda la fuerza argumentativa que utiliza el argumentador para modificar la conducta del argumentatario o destinatario: “En efecto, se puede tener un disco rígido enorme y un microprocesador velocísimo. Pero de poco sirven estos chiches si la memoria RAM tiene cuatro MB”. (Villafañe, 1997: 2)

Por lo anteriormente expuesto, consideramos que si bien los temas de tapa de 1997 y de 2002 difieren en los propósitos y en los tópicos no lo hacen en la intencionalidad subyacente del argumentatario: convencer al interlocutor de modificar su conducta predisponiéndolo para la adquisición y/o cambio del producto.

Respecto de la relación existente entre las noticias del 2002 y las de 1999 consideramos que, en las últimas, la argumentación predominante está siempre relacionada con el tópico de la velocidad de los servicios que ofrece la Web. Por ejemplo, la secuencia explicativa siguiente prepara al lector para hacerse eco del nuevo servicio que se le brinda:

El más rápido de los servicios es el Cablemódem Total, que puede llegar, en el mejor de los casos, a unos 10 MB por segundo. Por eso es ideal para bajar, mucho más rápido, cualquier tipo de información pero sobre todo programas shareware o freeware [...] Fibertel es el nombre de la empresa de Cablevisión que ofrece el servicio de cablemódem. También en este caso existe la posibilidad de elegir entre dos posibilidades. El llamado Cablemódem Online es el servicio más rápido, ya que brinda un ancho de banda de unos 10 MBps. Pero para eso hace falta una placa Ethernet 10 base T, que se instala en la computadora y se consigue por un precio cercano a los 30 pesos. (Distéfano, 1999, 2)

Con posterioridad a la información de los elementos que se necesitan para su instalación como asimismo del precio de estos, se procede a argüir tres argumentos sobre los beneficios de su instalación:

- Usando esta placa para redes, la línea telefónica se libera por completo.
- Lo único que se debe hacer es prender la computadora para que el cable transmita los datos de ida y de vuelta.
- El servicio cuesta 120 pesos. (Distéfano, 1999:2)

Si bien el argumentador en la construcción de estos argumentos mantiene la distancia establecida para la tercera persona, este distanciamiento es aparente como ficticio es el uso de la tercera persona que encubre la primera singular, porque la argumentación no solo orienta al argumentatario en la elección de este servicio sino que influye en el lector o usuario para su adquisición. En esta nota, desde el primer párrafo, la intencionalidad del argumentador se pone de manifiesto desde este punto de vista que une el tópico de la velocidad con la posesión de la tecnología.

Navegar por Internet con los rapidísimos módem de 56 kilobits por segundo (kbps) es lo mismo que ir por la ruta dos con un cero kilómetros de buena marca. El viaje será cómodo y seguro pero sin mucha emoción ni demasiados chiches. Pero para recorrer la Web con la misma emoción de un Michael Schumacher o Micka Hakkinen, lo mejor es contar con dos de las tecnologías que más dan que hablar: el cable módem o la Digital Subscriber Line (DSL). (Distéfano, 1999:2)

En los temas de tapa de este año prevalece explícitamente, como sucede en las notas de 1997, esta intencionalidad del argumentador destinada a influir en la conducta del argumentatario para que éste adquiriera el producto o servicio. Reiteramos este hecho porque consideramos que dicha intencionalidad argumentativa también subyace en los artículos de divulgación del año 2002 como trataremos de demostrar en el próximo apartado.

## **6. 5 Intencionalidad Subyacente.**

¿Es posible que el discurso de divulgación del Suplemento Clarín – Informática tenga otra finalidad además de la informativa?

El interrogante precedente que nos planteáramos al abordar el tema del discurso de divulgación tecnológica en informática, al comienzo de esta extensa trayectoria que hemos recorrido, fue el punto de partida para la elaboración y redacción de nuestra tercera hipótesis. A pesar de habernos referido a ella a medida que hemos explicado el análisis de diversos ejemplos, la intentamos demostrar en este apartado. Dicha hipótesis se basa en que si se toman las huellas o marcas de la superficie textual de los temas de tapa, estas señales ponen en evidencia estrategias argumentativas de persuasión y seducción por parte del enunciador que, implícitamente o explícitamente, muestran la intencionalidad de desviar el sentido de secuencias explicativas transformándolas en argumentativas con el propósito de orientar al lector pero, influyendo sobre “la opinión,

la actitud o el comportamiento” del interlocutor, con el propósito de que este último modifique sus propias representaciones.

El análisis de los diferentes ejemplos del *corpus* nos ha permitido en el desarrollo del capítulo, referirnos a los mecanismos y a algunas estrategias argumentativas que los autores o divulgadores de las notas utilizan. Sin embargo, no hemos tratado todavía un tema que nos parece fundamental para probar nuestra suposición de desvío del discurso explicativo y la orientación del lector mediante argumentos que lo conduzcan a la compra o adquisición de los productos, bienes y servicios. En la mayoría de los enunciados de los temas de tapa se advierte esta finalidad ejercida por el argumentador sobre la figura del argumentatario.

En un artículo de opinión, titulado “Hablamos de bits, pero en castellano”, publicado el 17 de junio de 1998, cuando el Suplemento Clarín - Informática cumplía su primer aniversario, el editor jefe, Julio Orione, decía:

Antes de salir a la calle trabajamos casi un año para definir cómo iba a ser Informática. Qué le interesaba más al lector de Clarín y cómo contárselo [...]. Otro objetivo fue que la información resultase **absolutamente confiable**. En un ámbito donde todo producto es conocido por su marca, todas las marcas son exactamente iguales para los periodistas que hacemos **Informática**: a usted le toca elegir en el momento de comprar.

Y para eso le brindamos **orientación**. Firmamos un contrato con NSTL Argentina, filial de los National Software Testing Laboratorios, los **más prestigiosos del mundo** en testeos informáticos. La prueba de NSTL garantiza la **más absoluta objetividad y transparencia** en la evaluación de los productos, tanto de hardware como de software.

Así mismo, la **Guía de Compras** semanal recomienda un producto tomando en cuenta **calidad, prestación y precio**. (Orione, 1998:39)

No obstante los objetivos que el equipo periodístico del Suplemento se propusiera (interés del lector sobre la información, confiabilidad de ésta, libertad de elección en el momento de la compra, orientación de productos y marcas en forma objetiva, transparencia y neutralidad, recomendación del producto tomando en cuenta su calidad, prestación y precio), nos llama la atención la abundancia de datos en los temas de tapa sobre beneficios en la adquisición de determinados productos, bienes o servicios y, la inclusión constante de sus precios. Si bien la información se da sobre productos de distintas marcas, advertimos que la orientación se basa específicamente en el hecho de la venta o colocación de él o los productos, por tal motivo, dicha “orientación”, incluye sus precios. Puede argüirse que este despliegue de precios, se realiza únicamente con la

misma intención de orientar al lector. Si esto es así ¿el lector cumple otro rol, además del designado? ¿Por qué los diversos enunciadores lo denominan usuario? Si recurrimos al tomo II del Diccionario de Uso del Español, de María Moliner (1997), y buscamos el significado de este vocablo, encontramos: “se aplica a las personas que usan cierto servicio...”. El usuario, al que los enunciadores apelan ¿es el que usa el producto o servicio promocionado? ¿O, el lector del suplemento? Nos inclinamos a pensar que tanto uno como otro son un mismo sujeto empírico.

Desde este punto de vista, la apelación explícita al lector en los ejemplos del *corpus*, abre una doble vía de sentido. Por una parte, coloca al lector – usuario dentro del texto y le confiere instancia discursiva como argumentatario. Por otra, en función de modificar sus representaciones, despliega una serie de estrategias persuasivas.

Los que quieran suscribirse al servicio de Multicanal deberán tener tarjeta de crédito, desde donde se le debitará, mes a mes el monto del abono.

[...] Según Multicanal, durante el mes de agosto todos los nuevos abonados podrán ahorrarse los habituales 120 pesos de la conexión. Además, dentro del mismo paquete se pueden obtener otros beneficios:

- Cinco casillas de **correo electrónico**.
- El **servicio 0610** de Telecom y Telefónica, para que los pulsos de cada conexión con el ciberespacio sean más baratos.
- Un espacio gratis de 2 megabits (MB) para colocar una **página personal** en la Web.
- **Un curso gratuito de introducción a Internet** de tres horas de duración en el Instituto Argentino de Computación (IAC). (Distéfano, 2002:2)

Como en otros ejemplos, la cita comienza con el uso de una alusión “los que quieran” pero ésta, esconde, a su vez, una apelación a determinados lectores o usuarios, aquellos que desean “suscribirse al servicio de Multicanal”. Inmediatamente, incorpora una restricción sobre ese grupo de destinatarios “deberán tener una tarjeta de crédito”, dicha restricción es compensada por el argumento “durante el mes de agosto, todos los nuevos abonados podrán ahorrarse los habituales 120 pesos de la conexión”. Esta estrategia está destinada, no solo a fortalecer la dimensión dialógica del discurso sino, también, a impedir toda posible contraargumentación por parte del lector y convencerlo, además, de los otros beneficios: casillas de correo electrónico, servicio 0610, espacio para página personal en la Web, curso gratuito de introducción a Internet.

Cuando en el capítulo 2, hicimos mención del concepto de divulgación científica dijimos que esta práctica divulgativa se ubicaba entre los discursos explicativos o con predominio de secuencias de esa índole (Zamudio, Atorresi, 2000). Sin embargo, no

podemos negar que durante el transcurso de esta última década se ha avanzado bastante en el estudio de la divulgación científica y, también que dentro del campo del análisis del discurso “existe un consenso bastante amplio en cuanto al carácter argumentativo del discurso científico” (Rey, 1999:116). Atrás, quedó la época en que se consideraba a este discurso neutro y objetivo. Tanto en el discurso de divulgación como en el discurso científico, los divulgadores si bien encubren su subjetividad ya sea borrando el sujeto de la enunciación, ya sea eliminándolo mediante construcciones impersonales, no logran su propósito, calificado por Greimas (1983) de “camouflage objectivant” y sí ponen de manifiesto la estrategia argumentativa desarrollada por él o los autores.

Para Greimas, el objetivo del discurso científico es “faire croire” (hacer creer), es decir modificar el universo cognitivo del lector, lo que implica que utilice las estrategias propias de un discurso argumentativo. (Rey, 1999:117)

Lo que Greimas aplica para el discurso científico, bien puede ser utilizado para la divulgación científica y, nosotros por lo tanto, también podemos emplearlo para el discurso que nos ocupa. El discurso que analizamos en los temas de tapa es predominantemente argumentativo aunque, bajo la apariencia de secuencias explicativas con orientación al lector, “camufle” su verdadera identidad.

Los periodistas y divulgadores del suplemento están condicionados en el uso de estrategias argumentativas no sólo por el tipo de lectores a los que se dirigen sino por la necesidad de promocionar los productos en el mercado informático. Conocer el perfil de los lectores es fundamental para el desarrollo discursivo y, por ende, para aplicar estrategias de argumentación. El conocimiento de sus competencias comunicativas permite apreciar las diferencias entre los mismos porque existen asimetrías fundamentales en el grado de competencias de estos lectores.

La escritura de las notas del Suplemento, por una parte, está relacionada con la divulgación de una actividad profesional: la Informática. Pero, por otra parte, el discurso de divulgación de dichas notas posee un doble registro enunciativo que proviene de las competencias de dos tipos de lectores, uno que requiere de una exposición explicativa más didáctica porque su necesidad de información es de nivel elemental y, otro, que sin ser un experto en el tema puede contraargumentar lo expuesto. Este doble registro es el que hace que los enunciadores apelen frecuentemente al lector

y, también, adelanten las refutaciones a los posibles contraargumentos que los lectores puedan plantearles.

FiberTel es el nombre de la empresa de Cablevisión que ofrece el servicio de cablemódem. También en este caso existe la posibilidad de elegir entre dos posibilidades. El llamado Cablemódem Online es el servicio más rápido, ya que brinda un ancho de banda de unos 10 Mbps. Pero para eso hace falta una placa Ethernet 10 base T, que se instala en la computadora y se consigue por un precio cercano a los 30 pesos.

Usando esta placa para redes, la línea telefónica se libera por completo. Lo único que se debe hacer es prender la computadora para que el cable transmita los datos de ida y vuelta. El servicio cuesta unos 120 pesos. (Distéfano, 1999:2)

El ejemplo precedente informa sobre una empresa (Fibertel) que ofrece el cablemódem, servicio que presenta dos alternativas. A partir de este dato se desencadena la argumentación entre una u otra alternativa:

- En el primer caso (Cablemódem Online), el argumentador apoya su argumento en la velocidad debido al ancho de la banda pero, impone una restricción (la placa Ethernet 10 base T), aunque atenuada por el costo de la placa: 30 pesos. En la posibilidad de liberar por completo la línea telefónica y el uso inmediato del servicio, basa toda la fuerza argumentativa, además agrega el precio: 120 pesos.

La otra alternativa es el servicio llamado Cablemódem One Way (o de vía única) que, aunque baja información por el cable coaxial, requiere de un módem telefónico para enviar datos. Cuesta alrededor de 85 pesos y viene con un software de instalación. Para cualquiera de las dos opciones habrá que pensar en desembolsar unos 150 pesos.

Por este precio también se ofrece 5 direcciones de correo electrónico, así como la habilitación del prefijo 0610. La conexión tarda unos diez días desde el momento de la solicitud [...]. (Distéfano, 1999:3)

El párrafo en el que se menciona la segunda opción comienza con el nombre del servicio (Cablemódem One Way), la aclaración de este nombre colocado entre paréntesis “(o de vía única)” y datos informativos restrictivos “aunque baja [...] requiere de”. Si bien informa sobre el precio (85 pesos) y el valor es menor que el servicio anterior, agrega que trae un programa para su instalación.

El argumentador introduce expreso esta segunda alternativa mediante cuatro restricciones: 1) la aclaración del significado del nombre, 2) el conector aunque, 3) el uso del verbo requerir y 4) la indicación sobre el programa para su instalación. La



relación entre los datos o argumentos nos permite sobrentender como lectores que la intencionalidad del argumentador es que no contratemos dicho servicio, a pesar de que su precio sea menor. En esta interpretación, el sobrentendido funciona como presupuesto, con un valor perlocutorio de negación.

En la última parte de esta cita y restándole importancia a la información ya que no la destaca separándola en otro párrafo, argumenta que “para cualquiera de las dos opciones habrá que desembolsar unos 150 pesos”. De esta aseveración inferimos que siempre resultará más conveniente la primera alternativa. Además, en el párrafo siguiente, procede a enunciar dos beneficios que acompañan a ambas “5 direcciones de correo electrónico, así como la habilitación del prefijo 0610”. Por último, informa sobre el tiempo que demora la conexión.

En el ejemplo analizado se puede apreciar con claridad el despliegue por parte del argumentador de estrategias de seducción y persuasión que conducen al lector a inclinarse por la primera alternativa. Hasta el precio del producto que, si bien en un primer momento, pareciera ser más económico en la segunda opción, resulta igual o más caro en el cierre conclusivo “para cualquiera de las dos opciones habrá que desembolsar unos 150 pesos”.

Al analizar los temas de tapa del año 2002, dijimos que dichos artículos diferían de los anteriores (1997, 1999) porque su propósito o finalidad era solidarizarse con aquellos lectores que padecían de algún modo, las consecuencias de la debacle política y socio-económica, acaecida en Argentina, en diciembre del 2001. Si bien esto es cierto, observamos que en estas notas la intencionalidad de él o los divulgadores no concluye en ofrecer la ayuda a los destinatarios, sino que en los enunciados podemos examinar marcas o huellas que extienden o desvían del objetivo anteriormente mencionado. Por ejemplo, en un recuadro que acompaña a la nota “Cambiá la imagen de tu compu sin pagar tanto”, publicada el 6 de marzo de 2002, bajo el subtítulo “Un cine para tu sala de estar”, el enunciador dice:

**Para los que quieran (y puedan, claro) jugar en primera cuando vean películas en DVD o hagan presentaciones multimedia, los proyectores digitales son el camino.**

Estos aparatos son muy útiles e interesantes, pero para los hogares son un producto de lujo, ya que los más baratos triplican fácilmente el precio de una buena computadora.

Pueden impactar **contra una pantalla blanca** (o una pared, si es bien lisa) todas las imágenes que genera una computadora, a gran tamaño y con una muy

buena luminosidad. Combinados con un reproductor de DVD y un kit de parlantes de buen sonido, estos aparatos pueden transformar una sala de estar en algo muy parecido a un cine.

El Compaq MP1410 (en la foto) es el más barato de los que ofrece esta firma (cuesta 3.887 dólares más IVA). Este equipo que pesa sólo 1,95 kilo, alcanza una resolución máxima de 800 por 600 píxeles.

En estos aparatos, además de la definición, es importante considerar su poder lumínico, medido en lúmenes. Este modelo de Compaq alcanza los 800 lúmenes, una luminosidad muy buena para un proyector de sus dimensiones. La única contra es el precio. (González Pérez, 2002:3)

Todo el texto desde su diagramación hasta su estructura argumentativa está construido con el afán de orientar y persuadir a cierto grupo de lectores para que compren proyectores digitales. La estrategia que utilizan consiste en: primero, apelar a éstos, usando una alusión “los que quieran”. A ésta sigue una restricción “(y puedan, claro) jugar en primera”. Con posterioridad, menciona el uso que pueden darle “vean películas en DVD o hagan presentaciones multimedia”. Por último, hace la referencia a los proyectores digitales. Desde el punto de vista de la intencionalidad argumentativa debe considerarse el enunciado “estos aparatos son muy útiles e interesantes” que desencadena todo el proceso. Los subjetivemas útiles e interesantes que acompañan el objeto “aparato” nos indican que éste poseen ciertas propiedades que lo oponen a objeto inútil e ininteresante. Sumado al hecho de que al primer subjetivema lo precede el adverbio “muy”.

El argumento presentado de este modo no conduce a una conclusión sino a varias: los que tengan poder adquisitivo suficiente deben verlo, conocerlo y comprarlo. Desde esta focalización tanto “muy útil” como “interesante”, no se refieren a una propiedad del proyector sino que contienen la alusión a un *topos* o “lugar común” que permite determinadas conclusiones en el marco de una comunidad de habla.

Un *topos* se define, pues, como un instrumento lingüístico que conecta determinadas palabras, que organiza los discursos posibles y que define los discursos “aceptables”, coherentes en esa comunidad. (Plantin, 1998:110)

El argumento “estos aparatos son muy útiles e interesantes”, permite inferir que el argumentador está aconsejando su compra. Es, como si dijera, ¡conviene comprarlo! Por lo tanto, este último enunciado es una conclusión posible hacia la que orienta el enunciado anterior. Es decir, que los subjetivemas “muy útil e interesante” no poseen ningún sentido referencial, no corresponden a una descripción del proyector. Su sentido está contenido en el conjunto de conclusiones a las que se pretende arribar.

Este análisis se sostiene por una concepción cuasi especial del sentido: el sentido de una palabra no se busca en una correspondencia con una realidad, física o mental, sino que debe verse como una dirección: eso que yo quiero decir es eso hacia donde oriento (la conclusión hacia la que oriento) [...]. Las significaciones no están “dentro de” las palabras, sino en los **marcos discursivos** activados por esas palabras y proyectados sobre la continuación del discurso: en ese sentido, en la teoría de la argumentación en la lengua, *significar significa argumentar*. (Plantin, 1998:112)

En el ejemplo citado anteriormente a pesar de la restricción “para los hogares son un producto de lujo, ya que los más baratos triplican el precio de una buena computadora”, el argumentador intenta convencer a los posibles usuarios de este sector económico privilegiado de las ventajas del producto ofrecido. Por esta razón enuncia una serie de argumentos convincentes:

- Reproducen todas las imágenes producidas por la computadora a gran tamaño y luminosidad.
- Combinados con un reproductor de DVD y un kit de parlantes con buen sonido, convierten la sala de estar en un micro cine.
- El modelo ofrecido es el más económico de esta firma.
- Tiene poco peso y alcanza una resolución máxima de 800 píxeles.
- Posee gran poder lumínico.

Finalmente y como contraargumento considera su precio, cuesta 3.887 dólares más IVA.

Por otra parte, en el mismo tema de tapa y bajo el subtítulo “Los flacos, mejores pero caros”, utiliza similar estrategia de persuasión, esta vez destinada al lector de clase media, al que apela implícitamente demostrándole los beneficios del producto:

Los todavía caros monitores de LCD tienen en su curriculum cualidades admirables: **ocupan muy poco lugar**, consumen menos energía, generan menos calor y son mucho más amistosos para los ojos que los de CRT. En un solo aspecto flaquean un poco: en el ángulo de visibilidad. Si se trata de mirar la pantalla medio de costado, los de CRT son mejores.

A diferencia de las pantallas tradicionales, en la de LSD las dimensiones publicitadas y la superficie visible real del monitor son iguales, ya que sus carcasas no ocultan ninguna porción de la pantalla. Otra ventaja de los extra chatos es que en las pantallas de LSD no existen las frecuencias de barrido, ya que en ellos la imagen no parpadea. (González Pérez, 2002:3)

La estrategia argumentativa presenta en primer término la conclusión y después datos o argumentos que la convalidan:

“Los todavía caros monitores de LCD tienen en su curriculum cualidades admirables” (C)

“Consumen menos energía” (D)

“Generan menos calor” (D)

“Son mucho más amistosos para los ojos” (D)

A continuación, coloca la restricción o contraargumento que estos monitores poseen: el ángulo de visibilidad. Posteriormente, completa el proceso argumentativo destacando la diferencia entre estas pantallas y las tradicionales: “A diferencia de las pantallas tradicionales, en las de LCD las dimensiones publicitadas y la superficie visible real del monitor son iguales...”. El argumentador basa esta diferencia en un argumento causal invertido: “ya que sus carcasas no ocultan ninguna posición de la pantalla”. Por último y, utilizando la misma técnica anterior, detalla una nueva ventaja de estos monitores “en las pantallas no existe la frecuencia de barrido”, como consecuencia de que la imagen no parpadea.

Como en el texto analizado anteriormente cuyo tema son los proyectores digitales, en este ejemplo de los beneficios que aportan los monitores LCD, el precio del producto está legitimado por la cantidad de ventajas que estas pantallas ofrecen. Desde este punto de vista hay que leer el enunciado “tiene en su curriculum cualidades admirables”, en el que el subjetivema “admirable” como el caso ya tratado de “útiles e interesantes”, remite a aquellos objetos que poseen cualidades inadmirables. Es decir, que la condición de admirable no se refiere a una propiedad del monitor sino que, como dijéramos anteriormente, alude a un *topos* o “lugar común”, marco discursivo activado en una comunidad de lenguaje que permite la continuidad discursiva. Estas “cualidades admirables” permiten inferir que, a pesar del precio de la pantalla en cuestión, el argumentador aconseja su compra.

## 6.6 A modo de conclusión

En este capítulo titulado “Argumentación y Discurso” hemos recorrido la trayectoria de la práctica argumentativa desde sus orígenes hasta la actualidad,

reconociendo las nuevas teorías que en el siglo XX y principios del XXI han revitalizado la argumentación. A tal efecto, las investigaciones de J. C. Anscombe y O. Ducrot (1983), J. B. Grize (1982, 1996 y 1999), D. Maingueneau (1989, 1996 y 2005), Plantin (1996, 1998) y S. Toulmin (1958) nos han sido de gran ayuda. Nos acercamos a estas teorías y sus creadores con la finalidad de encontrar fundamentos que nos permitieran analizar los temas de tapa del año 2002 desde el punto de vista argumentativo y explicar, mediante este análisis el tópico “La incidencia del ahorro y la solidaridad en los cambios informáticos” que lo caracteriza y que lo difiere por su sentido explícito de las macroestructuras globales de los años 1997 “Internet, nuevos dispositivos y servicios” y 1999 “El desafío digital”, ambos orientados a divulgar las innovaciones tecnológicas que ingresan al mercado informático y a incidir de algún modo en los lectores para la compra de los productos o servicios.

El proceso argumentativo de las notas de tapa del año 2002, por el contrario, registra la situación de crisis socioeconómica que padecen los lectores por los sucesos acaecidos en el año 2001, en nuestro país. Y destaca, mediante el rol del argumentador, la intencionalidad de los autores de dichas notas de solidarizarse con él o los destinatarios. Por tal razón, las estrategias argumentativas que emplean se fundamentan en recomendaciones sobre el mejor uso de dispositivos, programas, sistemas, etc. Además, los paratextos muestran en sus enunciados no sólo la gratuidad de ciertos servicios sino leyendas apelativas que promueven el ahorro, la solidaridad con el prójimo y el abaratamiento de precios. Sin embargo, ciertas marcas en la superficie textual nos indicaron que los temas de tapa del año 2002, también respondían a la intencionalidad puesta de manifiesto en los años anteriores, la colocación o venta del producto. Este hecho nos llevó a desentrañar el sentido subyacente que los textos del año 2002 esconden y a analizar los diversos mecanismos y estrategias discursivas que, con tal finalidad utilizan.

## CONCLUSIONES

Desde la década del '80, en el siglo pasado, hasta la actualidad, observamos una tendencia creciente en la investigación y/o el estudio lingüístico del discurso de divulgación científica. A pesar de que esta denominación incluye la divulgación tecnológica, rara vez los estudios mencionados incluyen temas de tecnología, finalidad de la investigación que hemos realizado. Como hicieramos referencia en el prólogo, desde la perspectiva del Análisis del Discurso sólo hemos encontrado, en español un artículo referido a la Informática. Este hecho contribuyó a nuestra decisión de investigar este discurso. Los rapidísimos cambios socio culturales en los que el proceso informático tiene gran incidencia, han originado la necesidad de informarse sobre este nuevo campo de conocimiento en amplios sectores de público, de allí la importancia atribuida al discurso de divulgación.

Esta forma discursiva de reciente circulación social expande sus dominios a otros campos del conocimiento y pone en evidencia en su construcción una serie de rasgos textuales propios que lo diferencian del discurso de divulgación científica. Estos rasgos, entre otros, son: la influencia del soporte electrónico sobre el soporte papel en que este material discursivo se diagrama; una situación de enunciación caracterizada por un enunciador individual que representa socialmente un equipo de trabajo; la interacción entre enunciador y enunciatario mediante apelaciones constantes del primero hacia el segundo con el propósito de incidir persuasivamente en su opinión y transformar su comportamiento, predisponiéndolo para la compra del producto; la representación social del lector como posible cliente o usuario del producto, bien o servicio que se divulga; la mención frecuente de los beneficios y precios de los productos y servicios divulgados, hecho que no se da en el discurso de divulgación científica y que, aproxima esta forma discursiva al discurso publicitario.

Hemos observado este discurso (reproducido en la prensa gráfica como noticia periodística, a la que denominamos por una cuestión de precisión terminológica con el nombre de "nota"), desde el punto de vista de su género discursivo. Por tal motivo y basándonos en Mijail Bajtín y su teoría de los géneros discursivos, reconocemos dichas notas por su contenido temático, su estilo verbal y su composición o estructura.

A pesar de haber examinado todos los artículos configurados en el marco de este género discursivo que fueron publicados en el Suplemento Clarín – Informática, desde

el año 1997 (fecha de su aparición) hasta el 2006 en que se publica por última vez, únicamente hemos confrontado las notas o temas de tapa más relevantes que corresponden a tres períodos claves por sus contextos de producción (1997, 1999 y 2002). Mediante el análisis de los temas de tapa seleccionados, concluimos que:

1° El discurso de divulgación construido en ellos es un discurso hermético que, necesariamente, debe ser aclarado por el enunciador debido a la cantidad de tecnicismos, siglas, terminología y estructura inglesas; códigos superpuestos (general, informático, electrónico); juegos intertextuales y paratextuales, etc.

2° La práctica divulgativa en los temas de tapa analizados responde, en cierta manera, a un régimen lúdico que permite articular, en el esquema jerárquico organizacional de dicha noticia periodística, una serie de macroestructuras temáticas de grados diferentes. Esta coherencia total es lo que permite distinguir el tema de tapa como género de divulgación en tecnología informática de otros textos impresos o de divulgación.

Dentro de esta perspectiva, el significado total o macroestructural global de este discurso se obtiene de la proyección semántica que se le otorga al todo textual y no, de la suma o adición proposicional de los grados inferiores o intermedios como hemos podido apreciar en el desarrollo del capítulo IV.

A su vez, la macroestructura semántica de las notas de tapa analizadas define no sólo la organización temática de los textos sino también su coherencia global. Los temas o tópicos discursivos “Internet, nuevos dispositivos y servicios” (1997), “El desafío digital” (1999) y “La incidencia del ahorro y la solidaridad en los cambios informáticos” (2002), operan como núcleos de significado. Aunque el sentido subyacente de colocación del producto en las notas de este último año está estrechamente relacionado con el tópico “Internet, nuevos dispositivos y servicios” que nuclea los temas de tapa, correspondientes a los tres años analizados.

3° Desde el punto de vista de su enunciación, la nota de tapa responde a situaciones enunciativas prototípicas del discurso periodístico pero, además, presenta como en el caso de los enunciados de divulgación científica un enunciador que utiliza dos variantes lingüísticas: la estándar y la especializada. De esta forma destacamos dos aspectos. Por una parte, la relación comunicativa e interactiva entre enunciador y enunciatario, instancias discursivas autónomas e independientes, no es impedimento para que actúen también en el discurso una



serie de voces ajenas que se interrelacionan con la voz del enunciador. En este sentido, el dialogismo y la polifonía, característicos de la divulgación científica y tecnológica, se aprecia en el proceso enunciativo del discurso tratado mediante el uso del estilo directo, estilo indirecto y alusiones. Por otra parte, el enunciador en tercera persona, encubre una primera persona subyacente que utiliza expresiones estereotipadas y clichés impropios del discurso tecnológico. Además, este enunciador apela constantemente a la figura del enunciatario ya sea con sugerencias, recomendaciones o imposiciones.

4° Los enunciados de las notas o temas de tapa, exhiben las huellas de sus condiciones de producción, puestas de manifiesto en la intencionalidad con que el enunciador orienta y desvía, mediante el discurso, la conducta del enunciatario hacia la adquisición del producto, bien y servicio, utilizando diversos mecanismos y estrategias argumentativas. Si bien las notas de 1997 y 1999 varían explícitamente, respecto de las correspondientes al año 2002 porque en éstas la orientación predominante es la venta del producto, mientras que en el 2002, intencionalidad dicha aparentemente no se manifiesta expresamente y el sentido apunta a la colaboración con el lector para evitarle gastos innecesarios. Sin embargo, subyace también en ellas, la intención del argumentador de convencer al argumentatario para la adquisición del producto.

5° La construcción del proceso argumentativo está estrechamente vinculado con las siguientes condiciones: focalización del enunciador como entidad lingüística que persuade, convence o argumenta, éste recibe el nombre de argumentador; construcción consciente de un posible enunciatario (argumentatario) que representa socialmente la figura o rol del usuario; relación interactiva entre los dos; prevalencia de argumentos persuasivos para influir sobre la conducta del destinatario o argumentatario; intencionalidad del argumentador respecto de lo que argumenta; adhesión del argumentatario a la propuesta o tesis del argumentador. Las condiciones anteriormente expuestas se llevan a cabo porque en la práctica discursiva se emplean mecanismos, estrategias y técnicas que permiten y legitiman la argumentación. En las notas de tapa analizadas, los enunciados argumentativos presentan un argumentador que utiliza una tercera persona ficticia porque encubre la subjetividad de la primera persona aunque ésta se evidencia porque la voz enunciativa se dirige a un coenunciador, enunciatario o argumentatario que recibe por una parte el encadenamiento

argumentativo y, por la otra, la fuerza persuasiva que le imprime la intencionalidad del argumentador, quien lo orienta a modificar sus representaciones y lo prepara cognitivamente para la adquisición del producto o servicio.

## **Bibliografía General y sobre Análisis del Discurso**

- Adam, J. M. (1992). *Les textes: types et prototypes. Récit, description, argumentation, explication, dialogue*. París: Nathan.
- Amossy, Ruth y Herschberg Pierrot, Anne (2001). *Estereotipos y clichés*. Trad. Lelia Gándara. Enciclopedia Semiológica. Buenos Aires: Eudeba. UBA.
- Anscombre, J.C. y Ducrot, O. (1994). *La argumentación en la lengua*. Madrid: Gredos.
- Atorresi, Ana (1995). *Los géneros periodísticos discursivos*. Buenos Aires: Colihue.
- Bajtin, Mijail (1999). "El problema de los géneros discursivos". En: *Estética de la creación verbal*. Trad. Tatiana Bubnova, p.p. 248-293. México: Siglo XXI.
- Barthes, Roland (1982). *Investigaciones retóricas I. La antigua retórica*. Trad. Beatriz Dorriots. España: Buenos Aires S.A.
- Benveniste, Émile (1987). *Problemas de la lingüística general I y II*. México: Siglo XXI.
- Botta, Mirta (2005). *Tesis, monografías e informes. Nuevas normas y técnicas de investigación y redacción*. Buenos Aires: Biblos.
- Bourdieu, Pierre (1996). *Cosas dichas*. Barcelona: Gedisa.
- Calsamiglia, H. y Tusón, A. (1999). *Las cosas del decir. Manual de análisis del discurso*. Barcelona: Ariel.
- Charaudeau, P. y Maingueneau, D. (2005). *Diccionario de Análisis del Discurso*. Trad. Irene Agof. Buenos Aires: Amorrurtu.
- Cuenca, María José (1995). "Mecanismos lingüísticos y discursivos de la argumentación". En: *Comunicación, lenguaje y educación*. Nº 25: p.p. 23-40.
- Dei, H. Daniel (2006). *La tesis. Como orientarse en su elaboración*. Buenos Aires: Prometeo.
- Ducrot, Oswald (1994). *El decir y lo dicho*. Buenos Aires: Edicial.
- Ducrot, Oswald y Schaeffer, Jean-Marie (1998). *Nuevo Diccionario Enciclopédico de las Ciencias del Lenguaje*. Ed. María Tordesillas. Madrid: Arrecife.
- Eco, Humberto (1990). *Cómo se hace una tesis*. Buenos Aires: Gedisa.
- Eggin, S. y Martin, J.R. (2000). "Géneros y registros del discurso". En: Teun Van Dijk (comp.). *El discurso como estructura y proceso*. Vol. 1, p.p. 335-371. España: Gedisa.
- Filinich, Ma. Isabel (1998). *Enunciación*. Buenos Aires: Eudeba. FF y L, UBA.

- Galindo, C., Galindo, M. y Torres Michúa, A. (1997). *Manual de investigación y redacción*. México: Grijalbo.
- Genette, Gérard (1989). *Palimpsestos. La literatura en segundo grado*. Trad. Celia Fernández Prieto. Madrid : Taurus, Alfaguara, S.A.
- Greimas, A.J. (1983) *Le savoir et le croire : un seul univers cognitif, Du sens II*, Paris : Seuil.
- Grize, J.B. (1989). *Logique naturelle et représentations sociales*. En: *Les représentations sociales*. París: Minuit.
- (1990). *Logique et language*. París: Opnrays.
- Halliday, M.A.K. (1978) *El lenguaje como semiótica social. La interpretación social del lenguaje y del significado*. México: Fondo de Cultura Económica.
- Kerbrat-Orecchioni, Catherine (1986). *La enunciación*. Buenos Aires: Hachette.
- Lozano, J., Peña-Marín, C. y Abril, G. (1999). *Análisis del Discurso. Hacia una semiótica de la interacción textual*. España: Cátedra.
- Maingueneau, Dominique (1989). *Introducción a los métodos de análisis del discurso*. Argentina: Hachette.
- (1999). *Términos claves del análisis del discurso*. Buenos Aires: Nueva Visión SAIC.
- Marafioti, Roberto (2005). *Los patrones de la argumentación. La argumentación en los clásicos y en el siglo XX*. Buenos Aires: Biblos.
- Mercado, Salvador (1994). *¿Cómo hacer una tesis?* México: Noriega.
- Moeschler, J. (1994). "Structure et interpretatibilité des textes argumetatifs", *Practiques*, 84.
- Moliner, María (1997). *Diccionario de uso español*. T. I y II. Madrid: Gredos.
- Perelman Ch. y Olbrecht-Tyteca, L. (1989). *Tratado de la argumentación. La nueva retórica*. Madrid: Gredos.
- Plantin, Ch. (1990). *Essais sur l'argumentation*. París: Kimé.
- (1990). *La argumentación*. Trad. Amparo Tusón Valls. Barcelona: Ariel.
- Real Academia Española (1984). *Diccionario de la Real Academia Española*. Madrid: Espasa Calpe.
- Stockinger, Meter (1987). "La enunciación como proceso conceptual". En *Cruzeiro Semiótico*. Trad. Corina García González. Nº 6. París: C.N.R.P.
- Toulmin, Stephen (1958). *The Uses of Argument*. Cambridge University Press.

- Van Dijk, Teun (1980) *La ciencia del texto. Un enfoque multidisciplinario*. Barcelona: Paidós.
- (1980) *Texto y contexto. Semántica y pragmática del discurso*. Madrid: Cátedra.
- (1980) *La noticia como discurso. Comprensión, estructura y producción de la información*. Barcelona: Paidós Comunicación.
- (1980) *Macrostructures*. Hillsdale: NJ., Erlbaum.
- (2000) *El discurso como estructura y proceso. Estudios sobre el discurso I. Una introducción multidisciplinaria*. España: Gedisa.
- (2000) *El discurso como introducción social. Estudios sobre el discurso II. Una introducción multidisciplinaria*. España: Gedisa.
- van Eemersen, F., Grootendorst, R., Snoeck Henkemans, F. (2006). *Argumentación: análisis, evaluación y presentación*. Trad. Roberto Marafioti. Buenos Aires: Biblos.
- Verón, Eliseo (2002) *Construir el acontecimiento*. Barcelona: Gedisa.
- (2004) *Fragmentos de un tejido*. Barcelona: Gedisa.
- (2004) *La Semiosis social*. Barcelona: Gedisa.
- Zamudio, Berta y Atorresi, Ana (1998) *El texto explicativo, su aplicación y su enseñanza*. Buenos Aires: CONICET.
- (2000) *La explicación. Enciclopedia Semiológica*. Buenos Aires: Eudeba F.F y L. UBA.

## Bibliografía específica sobre divulgación científica y tecnológica

- Alboukrek, Aarón (1991). *En la ciencia*. México D.F.: Centro Universitario de Comunicación en Ciencia.
- Babini, Nicolás (1982). *La informática en la Argentina. 1956-1966*. Buenos Aires: Letra buena.
- Ballen, Elizabeth (1996). "Cómo escribir artículos de divulgación científica". En: *Revista Latinoamericana de Comunicación. Chasqui*, N° 55, p.p. 30-33.
- Barona, Joseph Lluís (2001). "Nuevos retos y perspectivas en la comunicación científica". En: *Revista Quark*, N° 9, p.p. 1-10.
- Berruecos, Ma. de Lourdes (2000). "Las dos caras de la ciencia: representaciones sociales en el discurso". En *Revista Iberoamericana de Discurso y Sociedad. Lenguaje en contexto desde una perspectiva crítica y disciplinaria*. Vol.2 N° 2, p.p. 105-130. Barcelona: Gedisa.
- Beltrán Marí, Antonio (1982). *Conversaciones sobre la pluralidad de los mundos*. Madrid: Nacional.
- Calsamaglia, Helena (2000). "Decir la ciencia: Las prácticas divulgativas en el punto de mira". En: *Revista Iberoamericana de Discurso y Sociedad*. Vol.2 N° 2, p.p. 3-8. Barcelona: Gedisa.
- Calsamaglia, H. y Cassany, D. (2000). "Voces y conceptos en la divulgación científica". En: *Revista Argentina de Lingüística*, N° 15, p.p. 173-208.
- Calvo Hernando, Manuel (1997). "Objetivos de la divulgación de la ciencia". En: *Revista Latinoamericana de Comunicación. Chasqui*, N° 60, p.p. 38-42.
- (2001). "Antecedentes ilustres de la divulgación científica". En: *Periodismo Científico. Informe*, p.p. 1-6.
- Capelletti, Angel (1987). *Lucrecio: la filosofía como liberación*. Caracas: Monte Avila.
- Carrascal, Ana (1988). "El punto de vista de la divulgación científica y sus imágenes". En: *Actas del IV Congreso de Semiótica*. España: Universidad de Oviedo.
- Castells, Manuel (1998). "La sociedad red". En: *La era de la información. Economía, Sociedad y Cultura*. Madrid: Alianza.
- Cassany D., López C. y Martí J. (2000) "La transformación divulgativa de redes conceptuales científicas. Hipótesis, modelos y estrategias". En: *Revista Iberoamericana de Discurso y Sociedad*. op. cit. p.p. 73-103

- Cela, I. (2000). "Internet para periodistas". En: *Revista Quark. Ciencia, Medicina, Comunicación y Cultura*. p.p. 1-39.
- Ciapuscio, Guiomar (1994). *Tipos textuales*. Enciclopedia Semiológica. Buenos Aires: of. de Publicaciones, FF y L, UBA.
- (1999). "Procesos y recursos de producción textual en la divulgación de la ciencia". Barcelona: IULA Universitat Pompeu Fabra.
- (2000). "Hacia una tipología del discurso especializado". En: *Revista iberoamericana de Discurso y Sociedad*. op. cit., p.p. 39-71.
- Cibrián, J. L. (1998). *La red*. Madrid: Taurus.
- Colombo, Furio (1997). *Últimas noticias sobre periodismo*. Barcelona: Anagrama.
- Correa, Leandro (2005). "La llamaron Clementina". En: *Clarín Informática*. Buenos Aires: Clarín, ed. Especial, p.p. 5.
- D'Adamo, O.J., García Beaudoux, V. y Freidemberg, F. (2000). *Medios de comunicación, efectos políticos y opinión pública. ¿Una imagen vale más que mil palabras?* Buenos Aires: Belgrano.
- De Semir, Vladimir (2000). "Periodismo científico, un discurso a la deriva". En: *Revista Iberoamericana de Discurso y Sociedad*. op. cit., p.p. 9-37.
- Ford, Anibal (2005). "La brecha digital". En: *El resto del mundo*. Buenos Aires: Norma.
- Frankin, Jon (1998). "El fin del periodismo científico". En: *Revista Quark. Ciencia, Medicina, Comunicación y Cultura*. N°10.
- García Casanovas, José María (1995). "Comunicación y Nuevas Tecnologías". En: *Actas II Jornadas sobre Comunicación y Nuevas Tecnologías*. Madrid: Universidad Complutense.
- García Noblezas, Juan José (1998). *Comunicación y mundos posibles*. Pamplona: EUNSA.
- Greimas, Algiras Julián (1996). *La enunciación, Una postura epistemológica*. Trad. A. Rojas Ramírez, G. Hernández Martínez y L. Ruiz Moreno. México: Universidad Autónoma de Puebla.
- Jacobi, Daniel (1984). Du discours scientifique, de sa reformulation et de quelques usages sociaux de la Science. En: *Langue Française* ; 64: p.p. 37-51.
- (1987) *Texte et images de la vulgarisation scientifique*. París: Peter Lang.
- León, Bienvenido (1999). *El documental de divulgación científica*. Barcelona: Paidós.

- Linares, J. y Ortiz Chaparro, F. (1995). "Las autopistas de la información como instrumento y cauce de la sociedad de información". En: *Autopistas inteligentes*. Madrid: Fundesco.
- Loffler-Laurian, A. M. (1983). Typologie des discours scientifique: deux approches. *Études de Linguistique Appliquée. Les discours scientifiques*, N° 51. : p.p. 8-20.
- Martínez, J. R. Y Aguilera Ontiveros, A. (1997). "El paradigma como base para el estudio de la divulgación escrita". En: *Revista El Cronopio*, N° 8, p.p. 90-94. FC-UASLP.
- Martínez Albertos, José Luis (1995). "El periodismo ante el resto de la nueva sociedad". En: *Actas II Jornadas sobre Comunicación y Nuevas Tecnologías*. Madrid: Universidad Complutense.
- Mortureux, M. F. (1985). *La vulgarisation scientifique: "métadiscours" ou "paraphrase" ? Discours*, N° 1 : p.p. 133-148. París: Université de Paris VII.
- Mortureux, M. F. (1988). *La vulgarisation scientifique. Parole médiane ou dé doublée vulgariser la Science. Le procès de l'ignorance*. París: Champ Vallon, p.p. 118-148.
- Negroponte, Nicolas (1995). *Ser digital*. Trad. Dorotea Placking. Argentina: Antártida.
- Nelkin, Dorothy (1990). *La ciencia en el escaparate*. Madrid: Fundesco.
- Nombela, César (1999). "Algunos porqués de la divulgación científica". En: *Revista Latinoamericana de Comunicación. Chasqui*, N° 66.
- Orione, Julio (1998). "Hablamos de bits pero en castellano". En: *Suplemento Clarín – Informática*. Buenos Aires: Clarín, ed. especial, 17 de junio, p.p. 3.
- Pérez Oliva, Milagros (2000). "Valor añadido de la comunicación científica". En: *Revista Quark. Ciencia, Medicina, Comunicación y Cultura*. p.p. 22-32.
- Rey, Joëlle (1999). "La argumentación en la divulgación científica". En: *La argumentación*. (Escritos 17-18). Puebla (México): Universidad Autónoma de Puebla.
- Ribas, C. (1997). "Cómo producen los medios de ciencia". En: *Revista Quark. Ciencia, Medicina, Comunicación y Cultura*. N° 9, p.p. 49-59.
- Ribas, C. (2001). "La influencia de los press releases, según el color del cristal con que se mire". En: *Revista Quark. Ciencia, Medicina, Comunicación y Cultura*. N° 10, p.p. 43-49.
- Roqueplo, Phillippe (1983). *El reparto del saber: ciencia, cultura y divulgación*. Barcelona: Gedisa.



- Sánchez López (2000). "La comunicación científica pública". En: *Revista de la Facultad de Derecho*. España: Universidad de Salamanca.
- Steward, Richard (1987). *Filosofía y sociología de la ciencia*. México: Siglo XXI.
- Terceiro, José B. (1996). *La sociedad digital. Del homo sapiens al homo digitalis*. Madrid: Alianza.