



La paradoja de lo público.

Autor:
Raiter, Alejandro.

Revista
Filología

1999, N°32 1/2, pp. 129-144



Artículo



LA PARADOJA DE LO PÚBLICO

RESUMEN

En este trabajo nos proponemos explorar uno de los aspectos del fenómeno social descrito por Habermas (1985): los ciudadanos no actúan racionalmente en el capitalismo tardío. Utilizaremos el Análisis del Discurso para mostrar que los textos periodísticos no están funcionando para facilitar el acceso de los ciudadanos a la información necesaria para actuar; por el contrario, proveen información que impide la toma de la decisión individual de actuar. Utilizaremos un pequeño corpus extraído del suplemento económico “Cash” del diario “Página 12” para ejemplificar nuestra afirmación y analizaremos el lugar de enunciación del texto periodístico comparándolo con el del discurso científico y el discurso histórico.

ABSTRACT

We propose in this paper to analyze one of the features of the social phenomena as characterized by Habermas (1985): citizens does not act rationally in late capitalism. We will use Discourse Analysis as a tool to show that newspaper texts does not facilitate the access to the information needed by citizens. On the contrary, they give informations that do not let citizens act. Our corpus is taken from the economy supplement named “Cash” of the newspaper “Página 12”. We will use it to give an example of our point analyzing, first, the place of enunciation in the texts, and, second, we will compare it with those of scientific and historical discourse.

1. Cuando analizamos el contenido de ciertas notas periodísticas -también el de los textos producidos en medios radiales o televisivos- nos llama la atención la abundancia de información sobre algunos temas.

No se trata de cuestionar la cantidad de información o de legislar cuánta información debe ofrecerse al público lector, sino que nos preguntamos por el

motivo que determina la aparición y la presentación diarias de determinados tópicos con sus comentarios.

Desde un punto de vista teórico los temas figuran en los periódicos por dos motivos básicos. Para Edelman (1988) los temas figuran como parte de la construcción de un espectáculo político. Según esta concepción los políticos son los que construyen una agenda de temas a discutir: los temas no existen como preocupación de los lectores y de la población en general, sino que son instaurados por los políticos, auxiliados por los periódicos, para tener la posibilidad de ofrecer soluciones; presentación del problema y de la solución del problema son el resultado de una operación de manipulación en la comunicación social. Los políticos y los medios construyen espectáculos para consumo de la población.

Para Habermas (1961; 1985) los periódicos nacen en la modernidad porque contribuyen a conformar el espacio de lo que llama la *opinión pública*, que son los temas que preocupan a los ciudadanos como tales, para los que requiere una solución colectiva, porque están más allá de la posibilidad de decisión individual; esta decisión colectiva pasa a estar en manos del Estado, por la acción de los políticos, entendidos como los representantes de los ciudadanos. Para Habermas, entonces, los periódicos reflejan la opinión pública.

Desde un punto de vista que contemple la circulación de la información diremos que en los periódicos tenemos -si prescindimos de los chistes- dos tipos fundamentales de notas, que tienen efectos diferentes en los lectores. Por un lado tenemos notas, que llamaremos, en sentido estricto, *noticias*, conformadas por relatos de hechos pasados, como crímenes, partidos de fútbol, choques, bombardeos en otros países, etcétera; estas notas no requieren ninguna participación del lector quien, valga la redundancia, solo puede leerlas. Por otro lado, tenemos notas, que llamaremos *noticias en proceso*, conformadas por listados de datos, como tendencias de la bolsa de valores, intereses de plazos fijos, pronósticos del tiempo, causas probables de un fenómeno como el desempleo, listas de jugadores lesionados en los diferentes equipos de fútbol, listado de candidatos a ocupar un puesto público, precios de hoteles en la costa, etcétera; sobre estos hechos, que aún no están conformados, los lectores pueden tomar decisiones, preferir una opción a otra, emitir opinión. Está claro que esta distinción no es siempre fácil de establecer; el relato de un hecho, un crimen, por ejemplo, puede ir seguido de un listado de medidas de prevención posibles -como colocar rejas en las ventanas, poner alarmas, comprar un perro o un arma- que los lectores pueden elegir.

Si aceptamos la existencia de estos dos tipos de nota, podemos resumir que tenemos en los periódicos textos que están solo para información de los lectores y textos a partir de los cuales los lectores podrán o deberán tomar decisiones a partir de la información ofrecida.

Ni las dos posiciones teóricas -quizás extremas- que hemos presentado, ni los dos bosquejos de tipos de nota explican, desde nuestro punto de vista, por

qué nos encontramos con lo que hemos problematizado como **abundancia de información y de detalles**.

No es claro cómo contribuiría a la construcción de un espectáculo por parte del periódico; tampoco es claro que el periódico refleje las preocupaciones de la opinión pública cuando ese nivel de detalle no es fácil de encontrar en la comunicación cotidiana. Es decir, ni el supuesto rol de formador de opinión - demasiados detalles podrían distraer y aburrir a quien debe ser persuadido- ni el supuesto rol de albergar un espacio de discusión pública - no puede reflejarse lo que no existe- pueden justificar la funcionalidad de la gran cantidad de información.

Por otra parte, tampoco se entiende por qué debería abundar la información en un relato del tipo *noticia*; los detalles no interesan si no conducen a entender mejor la historia, y la abundancia de datos interfiere en la toma de decisiones, no la ayuda. Salvo que pensemos que los periódicos, o su forma, son afuncionales respecto de la sociedad, debemos poder encontrarle una explicación a este problema.

Si bien creemos que una caracterización del discurso periodístico es una tarea que excede los marcos de un artículo, proponemos aquí avanzar explicando la funcionalidad del exceso de información. Nuestra hipótesis es que esta peculiaridad está fundada en el efecto perlocutivo que provoca.

1.1 En una primera aproximación, acto perlocutivo es la consecuencia que tiene necesariamente un acto ilocutivo. En efecto, si un juez emite (en las circunstancias adecuadas):

los declaro marido y mujer

la pareja que lo escucha ya está casada. Si un amigo me promete (de un modo sincero):

prometo pagarte mañana lo que te debo

yo debo esperar pacientemente hasta el día siguiente, al menos con la esperanza de recibir el dinero, mientras que mi amigo debe preocuparse por conseguirlo. Austin define el efecto perlocucionario como lo “que producimos o logramos porque decimos algo, tales como convencer, persuadir, disuadir, e incluso, digamos, sorprender o confundir” (Austin 1962:153). También afirma que “el acto perlocucionario consiste en lograr ciertos efectos por (el hecho de) decir algo” (165).

Una vez que el acto ha sido producido, y por el hecho de haber sido producido, algo ha cambiado en el curso natural de los acontecimientos, en el curso que tendrían los acontecimientos de no haberse producido el acto; a partir de ese momento, ese devenir que tenían los acontecimientos ha cambiado. Así los miembros de la pareja que acaba de ser casada por el Juez, no pueden -como seguramente solían hacer- seguir conversando entre ellos si es conveniente o

no contraer matrimonio, pero, en cambio, pueden pasar a discutir, a partir de ese momento, si *fue* provechoso o no para sus vidas el haberlo hecho. A partir del momento en que mi amigo ha realizado el acto de habla de promesa, yo ya no puedo seguir preguntándome cuándo me devolverá el dinero, pero puedo preguntarme por su sinceridad, o su capacidad para cumplir con lo que me ha prometido. Es decir que, de algún modo, la existencia del acto cierra un curso posible de los acontecimientos porque abre otro.

Es cierto que el hablante no puede estar nunca seguro del efecto de sus palabras, por lo que la perlocutividad quedaría fuera del acto de habla propiamente dicho (Searle 1969); el acto de habla es responsabilidad del hablante, lo que suceda después no queda a su cargo, aunque lo haya inducido. Sin embargo, un acto de habla -un discurso- tiene necesariamente un efecto (consecuencias) dentro del evento comunicativo, como lo tiene cualquier acción que realicen los participantes, siempre que el oyente haya captado la intención del hablante de comunicarse. Desde el punto de vista de la interpretación, todo discurso -aún con una extensión equivalente a la de un enunciado- crea un campo de efectos posibles (Verón 1985). Cuando decimos que crea un campo de efectos posibles, estamos diciendo también que se crea un campo de efectos «imposibles», de efectos que no puede producir. Estos efectos imposibles son muchas veces más fáciles de calcular por el analista para formular hipótesis acerca de cómo pudo ser interpretado por el oyente, y, por lo tanto, sobre cuál es el efecto perlocutivo del acto o los actos que estamos analizando.

En efecto, si tomamos el ejemplo de un discurso emitido por un político en campaña en la Argentina, puede tener consecuencias diferentes entre los partidarios del enunciador (paradestinatarios) y entre sus adversarios (contradestinatarios), pero ni unos ni otros lo tomarán como una receta o incitación para preparar el criollísimo dulce de leche. Es decir que la hipótesis de la imposibilidad de controlar la perlocución es, al menos, relativa, si no completamente falsa. En efecto, un hablante, por ejemplo un padre ofuscado, puede enunciar, teniendo a su hijo como destinatario, un acto ilocutivo explícito, como:

te prohibo que vuelvas después de las dos de la mañana

pero no puede estar seguro de si su hijo efectivamente llegará antes de esa hora. Sin embargo, de modo independiente a si el hijo obedecerá o no el mandato paterno, la prohibición ya existe. Si el enunciado del ejemplo fue un auténtico acto de habla (fue sincero, el padre tiene la autoridad, etcétera) el joven puede obedecer o transgredir la prohibición paterna: puede respetarla y volver antes de la hora indicada o desafiarla y no hacerlo, pero le es imposible no hacer alguna de las dos cosas; no puede actuar como hubiera actuado, de acuerdo con el curso normal de los acontecimientos, como si el acto de prohibir no se hubiera realizado, aunque pueda *simular* que el acto no ha sido realizado; tampoco

puede tomarlo como una invitación a pensar libremente a qué hora debe volver. (Peor aún, puede aburrirse en una disco hasta las seis de la mañana en lugar de volver a su casa porque se siente impelido a transgredir).

Ahora bien, hace ya un tiempo que la noción de perlocutivo, en su versión anglicista *performativo*, se ha extendido más allá de los actos contenidos en las emisiones, para referirse a los contenidos, presentes en todo el discurso, y a los efectos (posibles) creados por el discurso como tal, como unidad. En efecto, tanto en sociolingüística como en análisis del discurso y análisis conversacionales -como otras nociones de la pragmática- los investigadores las intentan llevar más allá de enunciados ideales para trabajar con unidades (textos) producidos en contextos reales. En tal sentido se ha hablado, por ejemplo, de un discurso electoral como un macro acto de habla de promesa. Se ha hablado del discurso histórico del siglo XIX como constitutivo de las naciones o de las nacionalidades (Said 1993), esto es, tiene el efecto perlocutivo de definir los límites y alcances de una Nación, de un Estado, o de un pueblo. El caso de los historiadores argentinos es ejemplar en este sentido:

El 25 de mayo de 1810 se formó el primer gobierno patrio.

Creemos que esta extensión es totalmente válida: no podemos tener dudas, por ejemplo, acerca de las consecuencias del *Manifiesto Comunista* como acto ilocutivo: define, constituye, a la clase obrera, porque le otorga un objetivo y un rol en la historia.

Trabajaremos aquí con determinados aspectos perlocutivos del discurso periodístico, interesantes en sí -desde nuestro punto de vista- por la cruel paradoja que representa, junto con la ampliación de los tópicos presentes en la opinión pública.

2. Tratemos de delimitar con claridad qué es lo que queremos decir con opinión pública (Habermas 1961), porque este signo ideológico es usado con más de un sentido (como toda palabra o sintagma nominal). No nos referimos con este término a la opinión, supuestamente mayoritaria, de la población con respecto a algún tema o problema, sino simplemente a los temas o tópicos que están presentes en la discusión o charla diaria de los miembros de una comunidad lingüística, sobre los que la comunidad tiene interés y sobre los que debe decidir. Esta presencia la consideramos con independencia del valor que le otorguen a los signos lingüísticos que empleen cuando refieren o predicán sobre ellos.

Estos tópicos no están presentes por un problema casual, sino que se trata de los temas sobre los que las evaluaciones colectivas tienen importancia sobre las decisiones individuales y, de un modo dialéctico, las evaluaciones individuales sobre las decisiones colectivas. Lo que constituye específicamente a la opinión pública en un problema sociológico y político es que las evaluaciones individuales y colectivas tienen influencia sobre las decisiones del Estado o

gobierno de turno -así como en las decisiones individuales. Parte de las campañas electorales en las democracias modernas consisten precisamente en delimitar cuáles son los tópicos (problemas) trascendentes en un momento histórico, para instaurarlos en la opinión pública, junto con la imagen de la o las personas capaces de aportar soluciones para esos problemas, como vimos al mencionar a Edelman. *Opinión pública* se opone así a los temas o tópicos que se mantienen dentro de la evaluación y decisión exclusivamente privada, individual o familiar.

No es sencillo determinar con seguridad cuáles son los temas que constituyen los contenidos de la opinión pública en un momento determinado, para una comunidad; tampoco lo es establecer una jerarquía de importancia para esos temas. Desde un punto de vista operativo, la única prueba que presentaremos aquí de la presencia de determinados temas dentro de la opinión pública como tal, la presencia de un conjunto de temas, tópicos, que constituyen los «problemas de la gente», “los problemas sobre los que se debe tener (una) opinión”, «los problemas que deben ser resueltos”, es la aparición de estos en los periódicos, a los que consideraremos -sin demostrarlo- como reflejo pero al mismo tiempo como instauradores de esas macroestructuras, presentes en los textos de las noticias periodísticas y en los textos producidos en las interacciones cotidianas en que participan los miembros de la comunidad. Es decir, adoptamos una posición intermedia entre la de Edelman y la de Habermas y suponemos al periódico funcional para los temas que están en la opinión pública.

2.1 Como todo emisor, los periódicos realizan tres actos simultáneos cuando hablan (publican): 1) emiten (imprimen) una sarta de fonemas (letras), 2) refieren tópicos y predicán sobre ellos, es decir, elaboran textos constatativos -de los que hipotéticamente se podría afirmar que son verdaderos o falsos - y 3) realizan actos de habla, porque instauran un tema o una visión parcial de un tema en la comunidad. Está claro que esta distinción representa una idealización que tiene como objetivo hacer una caracterización parcial de los periódicos; podríamos afianzar nuestra afirmación caracterizando qué pasa en las distintas secciones, si la verdad o falsedad puede establecerse con respecto a hechos nuevos que relatan y/o con respecto a los temas ya instalados, los mecanismos empleados para que los textos puedan tener forma constatativa y fuerza ilocutiva al mismo tiempo, etcétera. Sin embargo, este no es el tema que nos preocupa en este momento y no lo trataremos porque no influirá en nuestra conclusión.

2.2 Es sabido que los temas que se encuentran en la opinión pública no han sido históricamente los mismos, ni son siempre los mismos. Por otra parte también sabemos que hay temas que aparecen y desaparecen en breve tiempo, como el merodeo de un violador por algún barrio, o el tema de la seguridad (los periódicos y los medios tienen gran responsabilidad en esto), y temas que se mantienen durante más tiempo, como la crisis económica, hasta el punto en

que se podría llamarlos constantes o característicos de una época o etapa de una comunidad, etcétera. Sin embargo, está claro que si realizamos una comparación entre nuestros tiempos y los pasados, podríamos constatar que un conjunto de temas que con anterioridad se encontraban en el ámbito de lo privado -es decir, que los temas, como conceptualizaciones, existían, pero no estaban presentes en la interacción comunitaria, estaban limitados, por ejemplo, a eventos comunicativos familiares e íntimos- se encuentran en este momento en el ámbito de lo público, en la opinión pública. En efecto -para no extendernos demasiado- podemos afirmar que temas como las preferencias sexuales de los individuos, cotidianidad de la vida en pareja, decoración de la vivienda propia, hábitos de consumo en general (vestimenta, alimentación, cuidado de la figura), relación con la pareja de nuestros hijos o la nueva pareja de nuestros padres, etcétera, se han introducido como temas en nuestras diarias interacciones en un nivel de importancia similar -por su aparición reiterada en los medios- a la formación del seleccionado de fútbol, la imagen de tal político en momento electoral, la permanencia de los ministros en el gabinete o el mejor rendimiento de tal o cual modelo de automóvil, o de marca de trajes, o el destino de nuestras próximas vacaciones.

¿Cuál es el objetivo y consecuencia de la aparición de temas que antes estaban restringidos al ámbito privado en la opinión pública? Evidentemente es un ejercicio que tiene que ver con la toma colectiva, comunal, de decisiones, con las formas democráticas de gobierno. Habermas, 1961, plantea con claridad este proceso, vinculado a la modernidad como esfera social y cultural. En efecto, durante este periodo, la economía, la guerra y las obras públicas de infraestructura, por ejemplo, dejaron de ser un problema individual y privado del señor feudal para convertirse en tema de interés de la burguesía en ascenso en su conjunto. Se conforma la opinión pública, aparecieron los periódicos -primero para informar solo de precios de mercaderías en distintas regiones y otros asuntos comerciales- y estos temas, por lo tanto, comenzaron a ser tratados allí. Con el tiempo la escolarización, por ejemplo, también pasó a ser un problema público en la medida que la familia (ámbito de lo privado) no era eficaz para la formación de cuadros y mano de obra calificada; los problemas del gobierno del Estado, en definitiva, dejaron de ser un problema de interés exclusivo de algunas familias para serlo de una clase y/o de un conjunto de clases. Asuntos del Estado y de economía, de política y negocios, pasaron a los parlamentos, reflejados y orientados por y en los periódicos con fines electorales y organizativos. La «junta de negocios de la burguesía» informaba a los electores y se informaba de las tendencias y escuelas de pensamiento por los periódicos.

2.3 Sobre los temas que se encuentran en la opinión pública ya no queda margen para la decisión individual, privada, familiar, porque se convierte en responsabilidad colectiva y comunal. Así no podemos decidir educar a nuestros

hijos por fuera del sistema escolar, trabajar como docentes después de los 65 años -(60, si eres mujer)- ni dejar de trabajar antes, aunque estemos cansados, dejar de amar a la bandera, vestimos con ropas no adecuadas a nuestro sexo y profesión, elegir médico por fuera de un listado preestablecido, etcétera. Habermas (1985) caracteriza como colonización del mundo de la vida este proceso de invasión de lo público en lo privado, dado que su culminación no es el predominio de lo público sobre lo privado, de la comunidad sobre el individuo, sino de lo estatal sobre la esfera de decisión individual y colectiva, que queda anulada.

Aquí es donde se nos presenta una aparente paradoja, de acuerdo con nuestras afirmaciones anteriores: si un tópico determinado pasa a estar dentro de la esfera pública, como que los padres castiguen físicamente a sus hijos o la duración de la jornada laboral, el problema debiera pasar a ser patrimonio de la interacción lingüística de la comunidad y no de un agente particular. La presencia de estos tópicos que mencionamos en los periódicos como noticias, como artículos de opinión, como cartas de lectores, editoriales, etcétera, lo confirma. Lo que acabamos de afirmar parece -quizás lo sea- algo ya sabido por toda la población en general; no parece una afirmación de analista del discurso. El problema que deberíamos poder resolver es la causa que provoca que algunos temas que están en la opinión pública no sean -o solo lo sean parcialmente- problemas de resolución pública. En efecto, si un conjunto de adolescentes comienza a discutir sobre la primer salida a una disco o la primera rata al colegio, más tarde o más temprano tomarán resolución sobre ello, y lo harán. ¿Por qué no sucede lo mismo con otros temas, como su currículum escolar?

Nuevamente Habermas nos ofrece una respuesta -al menos parcial. La opinión pública reconoce la existencia de especialistas, la modernidad tardía se caracteriza por la irrupción de especialistas con saberes sobre algunos temas específicos, los que pasan a estar controlados por ellos mismos, sustrayéndolos de la decisión colectiva. Así, el currículum escolar, las normas de tránsito, las leyes que diferenciarán lo permitido de lo no permitido, los parámetros de salud, pasan de lo público al ámbito privado, aunque colectivo, de un grupo de especialistas, que son algunos miembros de la comunidad lingüística, autorizados y organizados según la especificidad del tema: pedagogos, urbanistas, abogados. Sin embargo, como vemos en los periódicos y en las conversaciones cotidianas, el problema de los especialistas caracteriza y explica solo una parte del problema. En efecto en la comunidad tenemos especialistas llamados ingenieros civiles y no está en la opinión pública (ni en los periódicos) instalado el tema de las formas que deberían tener las zapatas del puente tal; tenemos también traumatólogos y no tenemos, por tanto, instalado tampoco el tema de cómo colocar los yesos en caso de fractura de peroné. Sin embargo, sí discutimos sobre porcentajes del presupuesto nacional, aunque tenemos economistas, y sobre planes de estudio, aunque también tenemos Licenciados en Ciencias de la Educación. ¿Cómo puede ser que en la Argentina discutamos tanto sobre

economía y educación, por ejemplo, que estos dos tópicos estén tan fuertemente instalados y, sin embargo, las decisiones no sean dominio público? Es cierto que hay especialistas, pero estos temas están, sin duda, en la opinión pública, en los periódicos y otros medios.

Están instalados aunque no se decida sobre ellos. A tal punto no decidimos nada que tanto el oficialismo como la oposición política unificada no plantearon alternativas diferentes en estos temas, a pesar de las duras batallas electorales que culminaron en octubre de 1997 y de 1999. Sin embargo, estos tópicos no desaparecen de los periódicos.

3. Ejemplificaremos lo que venimos desarrollando con el tema 'economía'. Trataremos de probar la siguiente hipótesis complementaria: el tema está instalado en la opinión pública pero, por la forma en que está tratado en los medios, tiene un efecto perlocutivo tal que implica '*no puedes decidir - ni hacer - nada*'. Es decir que es un tópico que está en la agenda pública, a pesar de ser un tema que parece no requerir la decisión colectiva -como la composición del asfalto en las autopistas-. Sin embargo, necesita ser mostrado, quizás para dar la ilusión de que efectivamente está dentro de la opinión pública, y los lectores pueden tomar decisiones sobre él (también discutiremos brevemente por qué).

No puede decirse que se trata de un problema de especificidad o de complejidad en el tratamiento de los temas, ni de que estos temas no aparezcan tratados; en efecto, lo que llamamos economía constituye en general una sección (de los periódicos y de los otros medios) que está a su vez subdividida en capítulos especiales: finanzas, negocios, bolsa, mercado laboral, etcétera. Todos los periódicos tienen a su vez suplementos semanales -además de las secciones diarias- donde resumen lo ya dicho y vuelven más específica y concreta la información, al punto que pueden llegar a discutir las estrategias del Banco Central para intentar salvar o vender un banco privado o la cantidad total de dinero que está circulando en el país durante un mes u otro. El grado de precisión y lo específico de la información pueden verse en el siguiente ejemplo:

Dijo que el sector agropecuario creció en la última década a un ritmo mayor que en los 50 años anteriores. Asimismo indicó que entre 1990 y 1996 las ventas de tractores aumentaron un 64 %, las de cosechadoras 293, la utilización de fertilizantes 444 y la incorporación de equipos de riego, 293. *Página 12, 21/3/98, página 14.*

Está claro que el nivel de detalle (no se menciona en el artículo la producción total del agro) es altísimo, no relevante para el lector no especializado y difícil de retener.

Los temas económicos han irrumpido con fuerza (digámoslo provisoriamente) en la opinión pública argentina. Si lo comparamos con lo que

sucedía hace años podemos afirmar que ahora tenemos mucha más información. Hasta el periódico más popular trae noticias sobre tipos de cambio, cotizaciones bursátiles, tasas de interés, etcétera. Temas que están totalmente alejados del nivel de decisión general -como porcentajes de ejecución del presupuesto anual de una Secretaría o Subsecretaría de Estado- hoy están al alcance de cualquier hablante de la comunidad.

Si lo analizáramos con una perspectiva mayor de tiempo diríamos que lo económico fue en algún momento dominio privado del señor feudal, luego dominio de una clase (o de los sectores más fuertes de esa clase), para ser ahora del dominio de toda la comunidad. Si hiciéramos solo un análisis de contenidos (tópicos) presentes no tendríamos posibilidad de llegar a otra conclusión que la de la extensión del ámbito de discusión y difusión. Temas que con anterioridad eran exclusividad de publicaciones especializadas, por ejemplo, están hoy en todos los medios.

3.1 Veamos otro caso, publicado después de que el Banco Central decidiera suspender un banco privado por 30 días, con lo que un conjunto de ahorristas pequeños -incluidos empleados públicos y de la Universidad que cobran allí compulsivamente sus sueldos- se vieron imposibilitados por más de quince días de retirar su dinero:

En este proceso nadie se hace cargo de defender al ahorrista que mantiene su dinero fuera del círculo de la banca privilegiada. *Página 12*, 21.3.98.

Hagamos el ejercicio de tomarlo, como dijimos, como constitutivo y reflejo de la opinión pública. Comencemos diciendo que como constatativo podríamos asignarle valor de verdad o falsedad a la predicación, y controlar, por ejemplo, si alguna autoridad pública o privada ha tomado alguna medida que protegiera al ahorrista; comprobaremos que no es así, por lo que el enunciado resulta verdadero. ¿Cuál es el efecto perlocutivo? Algo así como *'perdiste, nadie te defiende en este proceso'*. Sin embargo, lo que el destinatario puede hacer es sencillamente nada. No solo no aparece alguna forma en que el ahorrista perjudicado podría actuar para su *defensa*, sino que no tiene nada que hacer. Podemos leer una crítica a la autoridad económica o monetaria, pero nada sobre lo que la opinión pública (o cada ahorrista) pudiera decidir.

Veamos este otro, del suplemento económico *Cash*, el 29.3.98

El descontento de la gente con las cuestiones económicas es una cuestión, hasta ahora, insuficientemente estudiada; entre los especialistas, hay muy poca comprensión del fenómeno.

Nuevamente para el periódico, que recoge las palabras de Ricardo Hausmann, del BID, hay una realidad relatada que consta de tres enunciados

constatativos: *la gente está descontenta, la cuestión no ha sido estudiada* (por los especialistas) y *los especialistas no se ocupan del fenómeno*, que pueden ser verificados; sin embargo ¿en qué modificaría el curso normal de los acontecimientos? La “gente”, categoría de un sector de la población que en la Argentina se diferencia de los políticos, los economistas y los periodistas, no tiene nada que hacer salvo enterarse, excepto -quizás- rogar que los especialistas se ocupen de la *cuestión*, porque ellos no pueden hacer nada, al punto que el *descontento* es un *fenómeno* de especialistas, no un problema para la opinión pública.

La gente no puede hacer nada, pero no por falta de información; no se trata de asuntos que estén fuera de lo público, no se trata de censurar parte de la información o impedir que ésta trascienda fuera de los ámbitos gubernativos. En ese mismo suplemento, en otra nota:

También reportaron una mayor disciplina fiscal: el déficit en estos países fue en promedio del 2,8 por ciento del PBI, frente a 4,2 por ciento para los países con cambio fijo sin Convertibilidad y 4,4 por ciento para países con cambios flexibles. (...) El caso argentino es aleccionador al respecto: en 1994 la economía creció un 4,4 por ciento, pero el shock externo del Tequila se tradujo en una recesión en el '95 del 4,6 por ciento.

Evidentemente información no falta, sobra. Si tuviéramos alguna decisión que tomar, podríamos hacerlo. Esta información ofrecida, sin embargo, es muy especial, porque por un lado ofrece una cantidad de información no comprobable para la gran mayoría de los lectores, aunque por su forma resultaría verificable; es decir, hay una ilusión de referencialidad por exceso -o exceso de precisión- en la información, al tiempo que aparece un conjunto de presupuestos que el lector debe compartir. El exceso de información la hace inmanejable para el lector, por lo que el efecto perlocutivo de este último ejemplo es idéntico al de los anteriores: no hay nada que el lector pueda hacer.

Durante el gobierno del denominado ‘Proceso’ y también durante el de Raúl Alfonsín, por ejemplo, no se mencionaba, se ocultaba el grado de endeudamiento del Estado y el monto de los pagos de la deuda externa que el país hacía. Esto no es así ahora, cualquier habitante puede tener esa información, que reaparece periódicamente en los diarios y programas televisivos.

3.2 ¿Cómo o por qué podemos decir que no solamente estos ejemplos tienen efecto perlocutivo y que tal efecto es el de la imposibilidad de accionar del público? Porque aunque yo tuviera un enunciado que no estuviera en primera persona del singular en presente del indicativo de la voz activa, sino, por ejemplo, en tercera persona, puedo decir que tiene efecto perlocutivo, pero no necesariamente que éste sea el de no hacer nada. En efecto, si yo tuviera

La puerta está cerrada

esta afirmación puede tener, en ciertas condiciones, la fuerza ilocutiva de una orden (que debo abrirla, buscar otra salida, etcétera.); si tengo algo así como

nadie ocupa el sillón 33

puede ser una invitación (a que lo ocupe), una orden (vender esa localidad), una invitación (para que acepte compañía). ¿Por qué, entonces, en

En este proceso nadie se ocupa de defender al ahorrista

tiene el efecto de no hacer? Sostendremos que es por el lugar de enunciación que ocupa el periódico.

4. ¿Este lugar de enunciación está fijado por el género *discurso periodístico*? ¿Qué lugar ocupa comparado con otros géneros? En el caso del *discurso histórico* pudimos afirmar su performatividad porque, por ejemplo, marca el inicio de una nueva Nación, una nueva nacionalidad, el comienzo de una nueva tradición y cultura. El enunciador del discurso histórico es alguien que tuvo acceso privilegiado a los acontecimientos que relata, acceso que los lectores no tuvieron. El procedimiento utilizado es la presentación de una pararealidad discursiva con ilusión de referencialidad, fijada por la posibilidad de ese acceso (Raiter y Menéndez 1986). Es decir, mediante la aparición dentro del relato "objetivo" de los hechos sucedidos se marca un punto en el tiempo (o varios) a partir del cual el relato cambia de algún modo simbólico, como los colores de las banderas, los títulos de nobleza, formas de tratamiento, etcétera. Es en la construcción discursiva de lo verdadero que aparece el efecto perlocutivo para quienes acepten esa verosimilitud construida. En el caso de la lectura o recepción del discurso histórico, los interpretantes no pueden hacer actividad alguna ante los acontecimientos narrados, simplemente porque ya sucedieron; el lector infiere los documentos a los que el historiador ha tenido acceso; pertenecen a lo que ya pasó; uno puede tener simpatías por uno u otro actor del relato, pero no puede tomar participación efectiva en el tiempo de lo relatado, sino a partir del momento real de la lectura, porque los hechos narrados permanecerán por siempre, independientemente de que me gusten o no. Como máximo puedo proponer un desagravio, homenaje o reivindicación que no afectará lo sucedido.

4.1 En el caso del *discurso científico* es mediante la ausencia de marcas del enunciador que se logra el efecto deseado, el efecto de la verdad objetiva. En el caso del discurso científico histórico los hechos narrados pertenecen al pasado. En otras disciplinas científicas como la física, las ciencias naturales, la lingüística, lo ofrecido pertenece al tiempo del presente permanente, lo construido es la verdad que siempre ha existido y siempre existirá. El lector de un artículo solo puede observarlos y divulgarlos. El saber va más allá del tiempo y las personas; no es modificable salvo por especialistas, solo es accesible para los lectores "comunes".

Debemos remarcar, sin embargo, que el discurso histórico y el discurso científico no crean -como el periodístico- la ilusión de la participación; no forman parte del espacio de la opinión pública; pueden -quizás- proponer un tema, pero no instaurarlo. Por relatar aspectos del pasado el uno, por ser claro instrumento ahistórico de especialistas el otro, ambos tienen el efecto perlocutivo de indicar al lector que no puede participar en los hechos referidos y predicados. Los objetos quedaron contruidos sin la participación del lector, y ésta no fue, no es, ni será necesaria. Una vez asentada ha quedado para siempre.

El periódico, en cambio, requiere, aparentemente, de la participación del lector cada día. Queda claro que el discurso periodístico no es científico ni es un relato histórico. La actitud de los lectores también es diferente, pues un relato histórico o un artículo científico se consultan una vez, se comentan otra, pero comúnmente no se vuelve a ellos todos los días. Claro que podemos estar en contacto todos los días con discursos de ese tipo, como en el caso de un estudiante, pero supuestamente eso será acumulativo: cada día habrá una referencia nueva o un nivel diferente de análisis o descripción de esa referencialidad, y cada uno de ellos nos tendrá como espectador; la lectura o contacto con cada uno de ellos es un punto, si son dos, serán dos puntos -o más- que se acumulan unos con otros. Al discurso periodístico deberemos volver todos los días, uno tras otro para seguir una misma referencia, porque son puntos que no se agotan, no se terminan y no se acumulan. No alcanza con leer un lunes en particular los resultados del fútbol, o cualquier día una encuesta electoral; todos los días deberemos leer el pronóstico del tiempo y el horóscopo. La noticia existe todos los días y debe ser releída todos los días, y fue escrita para el día, no para durar en el tiempo.

4.2 Debemos decir que los periódicos no contienen un solo género, sino varios. Es cierto que, en sentido amplio todos los artículos son noticias o noticias en proceso, pero suponer una forma única para las noticias equivaldría a pensar que los temas que tratan son indiferentes a la forma de tratamiento en el seno de una comunidad lingüística y que las estrategias de comprensión de los hablantes son idénticas cuando leen sobre una violación o sobre el desarrollo de un partido de fútbol, o un acontecimiento social. ¿Acaso no encontramos en los periódicos variaciones de registro?

Estas son otras diferencias obvias entre el discurso periodístico y el científico y relato histórico: los segundos no suelen contener variaciones de registro, salvo cuando ejemplifican. Tratan, además, un solo tema por vez, tienen algo así como unidad temática; para cambiar de tema se debe cambiar de relato o de artículo, o al menos finalizar un capítulo o sección: en el periódico solo es necesario desviar la vista a otro recuadro. Esto contribuye a la creación de verosimilitud, de actualidad, de novedad, de realidad y -quizá más importante- de inmediatez: todos los días leemos y releemos los mismos temas "actualizados".

Cuando abordamos un texto científico o histórico nos introducimos - de algún modo- en algo que es ajeno, algo que deberemos aprehender, que está allí esperándonos. Esto no sucede con el periódico. Si bien puede suceder en algunas secciones o noticias - como algunas internacionales- no sucede en otras, donde buscamos la actualización o confirmación de lo que ya conocemos.

4.3 En una primera aproximación podríamos decir que en el periódico no hay una posición única de enunciación, sino varias: un experto, pero cómplice, nos indicará qué herramientas llevar en el auto o nos recomendará paseos; otro se indignará con nosotros por el incremento en el precio de algún servicio, otro nos mostrará algo que vio porque estuvo allí... En algún momento nos habla un periodista particular que ha firmado su nota o artículo, en otra el periódico en general, en otra un personaje (policía, vecino de la víctima, político, funcionario) a quien le ha dado la palabra. ¿Cómo identificar el enunciador si no sabemos quién nos habla? ¿Qué marcas buscar en los enunciados?

En el discurso periodístico los enunciadores particulares quedan prisioneros en la enunciación general del periódico; ninguno de los artículos y noticias tiene la posibilidad de ser leído individualmente como tal, son leídos dentro del periódico que les sirve de contexto de aparición; es el periódico la circunstancia histórica que da lugar a la aparición de los enunciados. De este modo, cuando un lector abre la sección economía -probablemente llegó allí sin buscarla, solo pasando las páginas- actualizará su saber, confirmará sus opiniones, se interiorizará del último capítulo de un relato por entregas con el que ya está familiarizado. Puede aparecer -desde luego- un nuevo personaje, pero es la trama ya conocida la que da lugar a la aparición de sus palabras. Esta trama le permite una opinión, no una acción.

5. Podemos preguntar qué validez tiene la afirmación que acabamos de hacer cuando mencionamos unas líneas más arriba la posibilidad de que un periodista nos indique qué herramientas llevar en el auto; esto implica una actitud y quizá una acción (elegir algunas y llevarlas al baúl; también preparar una comida de acuerdo con una receta), pero esta acción está dentro de líneas previstas o prefijadas por el periódico que ha tenido acceso a más información de la que podemos normalmente captar, acceso privilegiado -comparable al del historiador- y sincrónico que permite más de una posibilidad. Dentro de esas posibilidades está nuestra acción. Si nuestra acción está dentro de posibilidades fijadas, es entendible la construcción de una pararealidad discursiva donde la posibilidad de acción o elección sea ninguna.

Tomemos por ejemplo las noticias de fútbol: podemos tener opinión, pero no decisión, porque ésta queda en manos de especialistas llamados directores técnicos, dirigentes, médicos deportólogos y periodistas. Sucede lo mismo en modas, aunque allí tenemos un margen estrecho de decisión. Sin

embargo, es importante -en definitiva se trata de opinión pública- que se mantenga la ilusión de participación, que discutamos la formación de la selección nacional de fútbol, y poder estar a la moda, pero sin ser fanáticos y con opinión propia.

Por el lugar desde donde los periódicos relatan qué sucede con la economía pueden verlo todo. Nos relatan si somos más o menos pobres que el año anterior, en qué percentil de la población estamos y a qué le tenemos miedo; no ofrecen opciones porque la realidad es única, pero deben sensibilizarnos para que tengamos opinión. El detalle, la precisión de lo que sucede no nos permite ver el bosque, y esto es no tener decisión ninguna, pero de ningún modo estamos imposibilitados de tener opiniones y tomar decisiones por falta de información; vivimos en una sociedad democrática y nada se nos oculta: se nos sobre-informa; es tanta la información que solo los especialistas pueden actuar; acerca de eso se nos informa.

Advirtió, por otra parte, en alusión a la reciente suspensión al Patricios, que en momentos en que los bancos privados se caen, no podemos decirle a la gente que elija entre bancos privados. *Página 12*, 21/3/98, página 14.

El periódico no puede ni debe decir qué debe hacer *la gente*. Le muestra una realidad ajena, decidida entre otros actores, que no son el lector, pero para que no haga se le muestra mucho de lo que pasa, no se oculta.

CONCLUSIONES

La funcionalidad del exceso de información es reforzar el lugar de enunciación que tiene el periódico; no solo informa a los lectores: toma decisiones y otorga valor a los signos ideológicos por ellos. Sin embargo, no impone -necesariamente- los temas que están en la opinión pública, los recogen para hacerlos propiedad de especialistas, periodistas, en este caso. De esta forma producen la paradoja: reflejan o instauran, pero -al mismo tiempo- los retiran en la parte decisoria.

No pueden escaparse a las tendencias señaladas por Habermas, contribuyen a la colonización del mundo de la vida, creando un efecto perlocutivo que implica la no-acción libre y racional de sus lectores. A pesar de esto, los periódicos son instituciones de la democracia, de la toma colectiva de decisiones, por lo que deben informar. Deben tomar los temas presentes en la opinión pública, informarnos sobre ellos, al tiempo que nos informan que no tenemos la posibilidad que ellos -y otros agentes, como políticos, economistas y otros especialistas- de influir en el curso de los acontecimientos.

ALEJANDRO RAITER

OBRAS CITADAS

- AUSTIN, J. L. 1962. *Cómo hacer cosas con palabras*. Buenos Aires, Paidós, 1984.
- EDELMAN, M. 1988. *La construcción del espectáculo político*. Buenos Aires, Manantial, 1991.
- HABERMAS J. 1961. *Historia y Crítica de la opinión Pública*. Madrid, Taurus, 1988.
- _____. 1985. *Teoría de la Acción Comunicativa*. Madrid, Taurus, 1987.
- RAITER A. Y MENÉNDEZ, S. M. 1986. "El cambio de valor de un signo ideológico. Análisis lingüístico del discurso político". En *Filología XXI*,2. Buenos Aires, Facultad de Filosofía y Letras.
- SAID, E. 1993. *Cultura e imperialismo*. Barcelona, Anagrama, 1996.
- SEARLE, J. 1969. *Actos de Habla*. Madrid, Alianza, 1984.
- SIGAL, S. Y VERÓN, E. *Perón o muerte*. Buenos Aires, Legasa, 1985.