

# Análisis del discurso social

Oscar Murillo Serna

## RESUMEN

*El análisis del discurso revela, a través del estudio de los textos, ese complejo mundo antagónico que subyace al discurso, que muchas veces el emisor presenta como un mundo «real», aunque no siempre sea tomado como tal por el destinatario. Las estrategias verbales de convencimiento o persuasión, en este sentido, tienen como objetivo superar esta contradicción, haciendo pasar al discurso del emisor como si fuera el «discurso verdadero». El propósito no consiste aquí en construir una pieza literaria, sino en actuar sobre el otro por medio de la palabra. A través de ella persuadimos, convencemos, conquistamos; pero también destruimos, manipulamos, hacemos daño y, cómo no, amamos. El mundo de las palabras no solamente es un mundo subjetivo, es también un mundo objetivo de relaciones y de formas de comportamiento social.*

*En el principio era el verbo, y el verbo  
era con Dios, el verbo es Dios.*

SAN JUAN

1.

Llamamos análisis del discurso a un tipo de conocimiento a partir del cual y con el cual se examina el discurso, los textos o el habla. Este análisis, en la actualidad, exige una perspectiva de análisis interdisciplinario de orden tan diverso como la lingüística clásica, la pragmática, la semiótica, la política, la antropología y la sociología, en la medida en que el método analítico textual está abocado propiamente a desentrañar las relaciones existentes entre las estructuras de significación y el contexto social y/o político, o entre lo que se denomina significaciones o estructuras de significación y las realidades sociales, culturales y/o políticas.

En el análisis del discurso, sin embargo, no se puede precisar con detenimiento sus principios teóricos, metodológicos y prácticos. Las teorías y los métodos que se utilizan en el estudio de los textos o los discursos son en su mayoría prestados y pertenecen a otras disciplinas distintas al análisis del discurso propiamente dicho; pero, a pesar de ello, éste se diferencia de las disciplinas anteriormente nombradas en la medida en que se presenta como un estudio combinado de las estructuras lingüísticas y sociales o, más propiamente, una interpretación contextualizada del habla.

2.

Por esta razón, el análisis del discurso no se presenta como un análisis unidimensional. En él se encuentran distintos niveles y dimensiones que, a su vez, exigen distintas instancias de análisis. Entre estas dimensiones debemos considerar, por ejemplo, la gramatical (fonología, sintaxis y semántica) y la pragmática (dentro de ella, la teoría de los actos de lenguaje es una de las más ricas, porque pone en relación el lenguaje con la interacción comunicativa).

La dimensión semiótica del texto, por otra parte, se hace imprescindible para reconstruir «lo no-dicho», aquella parte del texto que está escondida o por alguna razón permanece oculta y va más allá de las unidades de significación gramatical. Esta dimensión constituye el «verdadero» significado del discurso, con él se moviliza a los agentes sociales.

Algunos investigadores, y con ellos nosotros mismos, consideramos la dimensión retórica como una instancia de análisis fundamental de la construcción de significación, debido a que las figuras retóricas constituyen un momento decisivo de la comunicación y son capaces de trastocar el orden de cualquier discurso. Otros investigadores enfatizan también otros niveles de análisis del discurso.

El nivel estilístico y el argumentativo, por cierto, son tan importantes como los anteriores; en todo caso, la selección de los niveles de análisis está en estrecha correspondencia con los propósitos teóricos y prácticos planteados por cada investigador.

3.

Si exceptuamos el nivel gramatical, estrictamente lingüístico, el *análisis del discurso* se centraría en las *estructuras de significación discursivas*, que pueden examinarse con la ayuda de la teoría de los actos de lenguaje (pragmática semántica), la de la comunicación de masas, la semiótica, la retórica y la sociología constructivista o fenomenológica. Esta última, como es sabido, tiene como objetivo el análisis de la producción social del sentido.

El análisis de la significación desde una perspectiva interdisciplinaria, conviene recordarlo, *sitúa el discurso o el texto en relación con las estructuras sociales políticas y culturales*. Tal relación da lugar a un tipo de significación diferente al de las unidades de significación gramaticales, las cuales son decodificables con la ayuda de un diccionario. La diferencia entre éstas y una unidad de significación discursiva consiste en que su decodificación no se opera por medios gramaticales sino por *procedimientos (implicaturas) de recuperación de la información semántica con que operan los hablantes*.

Una unidad de significación discursiva –*marco*– se caracteriza por contener en sí misma toda la «voluntad de decir» del **emisor** (Ossipow 1979), que supone tomar en cuenta en una unidad de significación discursiva todas las estructuras de significación que el emisor introduce para producir su discurso, porque el objetivo

del **emisor** es la persuasión o la conquista del destinatario. No se trata, ciertamente, de una producción exclusivamente elaborada a partir de los intereses del **destinatario**, sino de una producción donde la significación es el resultado de la *interacción* emisor-destinatario.

Esta relación dialógica es la que caracteriza la producción de significación en el discurso y no se reduce a una relación intratextual, sino que se hace extensiva al vínculo del texto con la sociedad. En este nexo se expresa la relación de las unidades de significación discursivas con los sistemas de representación como, por ejemplo, el imaginario social, cuya existencia responde a las necesidades que tiene un grupo de representar sus condiciones de vida social, mientras que el discurso es un medio de comunicación (persuasión o convencimiento) entre un emisor y su destinatario. En la relación discurso-sociedad se combinan, entonces, las estructuras de persuasión (discurso) y las estructuras de aceptación (imaginario social).

Un discurso será socialmente aceptado, y, por lo tanto, será menos o más efectivo, si es capaz de traducir en la definición de su contenido determinados esquemas de representación que encierran presupuestos sociales. Un discurso efectivo es aquel que mejor sistematiza los deseos y las aspiraciones de los destinatarios y, por lo mismo, depende de los esfuerzos de racionalización que el emisor realiza de las expectativas que pretenden alcanzar aquellos.

En una sociedad donde se valoriza la virilidad masculina o el paternalismo familiar, por ejemplo, será más fácilmente aceptado un discurso que legitime un liderazgo caudillista, porque el «autoritarismo», en tal caso, estaría bien visto en el universo cultural del grupo. De la misma manera, un discurso político (independientemente de su ideología, sea de derecha, de izquierda o de centro) puede ser bien aceptado si se presenta como un «buen esquema» del imaginario social del destinatario. De hecho, los discursos políticos mejor aceptados en la actualidad son aquellos que se presentan (o procuran presentarse) sin un contenido ideológico. Generalmente, se presentan como discursos de centro, procurando alejarse de cualquier figura ideológica «extremista» que pueda situar al partido en cualquiera de los extremos ideológicos que afectan los intereses electorales del partido. En este caso, el papel del imaginario social en la producción de un discurso político es más que evidente, por medio de él un político puede encubrir o disfrazar su verdadera ambición: la conquista del poder.

La aceptación de un discurso político no depende, evidentemente, de esta única estrategia discursiva; también intervienen otros elementos y otras estructuras (económicas, coyunturales y carismáticas). Berger y Luckmann (1966) señalan que la aceptabilidad de un discurso político depende de una «*plausibilidad estructural*». Pero, en el peor de los casos, un discurso político que no tome en cuenta estos esquemas de representación social corre el riesgo de ser rechazado o, simplemente, el de no poder ser decodificado por el destinatario. De todas ma-

neras, las unidades de significación discursivas están impregnadas de una visión del mundo del emisor; a través de ella, el emisor interpreta el mundo y actúa sobre ellos; mientras que los esquemas de representación configuran la identidad y la cultura del grupo.

Ideología y cultura son, a veces, dos elementos que se combinan en la producción de todo tipo de discurso. Pero ni la ideología ni la cultura aparecen en las unidades gramaticales de manera explícita. Su reconstrucción obedece al trabajo de los analistas del discurso, quienes precisamente buscan descubrir aquello que está implícito en el discurso o aquello que por alguna razón permanece escondido, como ocurre en los discursos políticos cuando el partido o el político pretende convencer al elector de las ventajas de votar por él para acceder al poder, más aún cuando un grupo quiere disimular o esconder a través de un discurso de derecha, de centro o de izquierda las relaciones de poder, dominación o desigualdad entre sus miembros. En estos casos, el discurso es el medio más económico del que se valen los políticos o los representantes de los grupos económicamente poderosos para consolidarse en el poder. Esta realidad, sin embargo, no debe confundirnos ni llevarnos a considerar al destinatario como una masa homogénea e indefensa fácilmente manipulable. Lo que en realidad ocurre son procesos de descodificación personal que no tienen por qué no estar impregnados de un sistema simbólico de carácter social.

Esta doble dimensión de la significación, el ser a la vez ideológica y social (cultura), no siempre es fácil deducirla, porque además de realizarse en determinadas estrategias verbales (nivel estrictamente lingüístico), presupone estructuras de significación social cultural y política. Por ello, el análisis del discurso no puede limitarse a un trabajo estrictamente lingüístico, sino que además incorpora en su análisis (toda) la teoría sociológica. En primer lugar, porque la producción del discurso no es un acto aislado ni individual, sino un acto social (un medio de comunicación, de manipulación o de dominación), y segundo, porque todo discurso refleja el complejo mundo relacional donde son evidentes las desigualdades de grupo o clase, género, raza, etnia, lengua, religión, nación u otras. Este mundo, podríamos decir, se realiza con el discurso y en él.

De allí que el análisis del rol del discurso en la sociedad se considere en la actualidad como una de las dimensiones sustanciales del análisis sociológico. A través del discurso, y en él, no sólo se formulan las distintas estrategias verbales (de dominación o de resistencia) que dan lugar a situaciones sociales duraderas, sino también situaciones de **poder** que dan lugar a relaciones de dominación, desigualdad o resistencia.

El análisis del discurso revela, a través del estudio de los textos, ese complejo mundo antagónico que subyace al discurso, que muchas veces el emisor presenta como un mundo «real», aunque no siempre sea tomado como tal por el destinatario. Las estrategias verbales de convencimiento o persuasión, en este sentido, tie-

nen como objetivo superar esta contradicción, haciendo pasar al discurso del emisor como si fuera el «discurso verdadero». El propósito no consiste aquí en construir una pieza literaria, sino en actuar sobre el otro por medio de la palabra. A través de ella persuadimos, convencemos, conquistamos; pero también destruimos, manipulamos, hacemos daño y, cómo no, amamos. El mundo de las palabras no solamente es un mundo subjetivo, es también un mundo objetivo de relaciones y de formas de comportamiento social.

Ahora se puede comprender por qué el análisis del texto no puede estar desvinculado de lo social, no sólo porque por medio del discurso nos informemos o comuniquemos, sino también porque a través de él nos relacionamos, actuamos o nos excluimos. *En suma, construimos nuestro mundo objetivo y subjetivo.*

4.

En el análisis del discurso, tanto en su contenido como en su estructura es importante, además, considerar las dimensiones macro y micro de análisis.

#### *a. La dimensión microanalítica del discurso*

Cualquiera que sea el discurso, su contenido da lugar a una configuración muy variable. Los discursos pueden ser extensos, cortos, e incluso pueden estar contenidos en una sola expresión o en un enunciado. En todo caso, lo que diferencia a un discurso de cualquier otra unidad gramatical es el resultado de las condiciones de enunciación. En el discurso no tiene importancia la realidad sintáctica de la lengua, sino el sentido que el emisor le da a las unidades de significación gramatical, es el acto de la producción lo que diferencia un discurso de una expresión gramatical cualquiera. En el discurso, además de descodificar los códigos comunes que facilitan la comunicación, debemos descodificar el otro código, aquel que subyace en él y que ha sido producido por el emisor en función a la situación de comunicación en la cual está inmerso.

La situación de comunicación es el momento determinante de la producción del discurso, porque en esta instancia se estructura la significación discursiva con la presencia o ausencia del interlocutor. Si se trata de un mitin político, el interlocutor está presente y puede intervenir más activamente en los cambios de significación discursiva, mientras que el lector de una novela o un periódico casi no puede intervenir sobre las condiciones de configuración semántica. Pero, incluso así, este destinatario figura en el discurso como el agente (invisible) para quien y por quien ha sido elaborado el discurso.

Este hecho fundamental marca, por así decirlo, los **cortes discursivos**. En los momentos en que la situación de comunicación es interactiva y el interlocutor está presente, los cortes discursivos se pueden expresar (y se expresan) en un solo enunciado: un eslogan político, por ejemplo: «Abajo la dictadura», «El pueblo unido jamás será vencido», «Sólo el APRA salvará el Perú», etc.

En situaciones de comunicación de masa, donde muchas veces la audiencia juega un papel menos activo, los cortes discursivos implican enunciados mayores que un eslogan político, por ejemplo: «Andrade trabaja bien».<sup>1</sup>

Métricamente, este enunciado puede presentarse como un artículo periodístico (de suceso, de opinión), una conferencia científica, una intervención parlamentaria, un mensaje a la nación, un texto literario, una carta familiar o un anuncio de alquiler de vivienda en un periódico.

La diferencia entre uno y otro tipo de enunciado no se expresa en una diferencia de contenido sino de forma. Un titular de la primera página de un periódico hace casi innecesaria la lectura de la nota descriptiva del suceso, mientras que un eslogan político puede encerrar todo (o casi todo) el programa de un partido político. El titular del periódico así como el eslogan, son enunciados completos sobre los cuales puede aplicarse toda la teoría y la metodología de análisis del discurso; de la misma forma que lo hacemos con un artículo periodístico, un sermón u homilía.

Cuando los discursos superan métricamente al eslogan político o al titular principal de un periódico, la estrategia metodológica consiste en dividir el texto en unidades menores donde esté contenida *la voluntad de decir del emisor*. Estas unidades de significación pueden estar conformadas por una o más frases u oraciones, y no tienen por qué coincidir con la construcción gramatical del discurso, puesto que su construcción obedece a otro tipo de criterios. Obedece a criterios inductivos y deductivos, procedimientos de implicancia lingüística o bien procedimientos de recuperación de la información semántica que llevan a cabo los hablantes.<sup>2</sup>

Los instrumentos metodológicos que pueden emplearse para inferir la información semántica que está escondida en el discurso son variados. Desde la tradición lingüística, los aportes de la pragmática constituyen una perspectiva de análisis que se ocupa del uso efectivo del lenguaje y toma en cuenta elementos extralingüísticos. Sin duda, de esta disciplina, la teoría de los actos de lenguaje es notable. Los actos de lenguaje no describen nada exterior al mismo acto de enunciación porque en sí mismo el enunciado es una acción, y la formulación de un acto de lenguaje equivale a cumplir una acción que sólo puede llevarse a cabo por medio de la palabra.

1 Ver mi artículo «El poder de hacer cosas con palabras» en *Revista de Sociología*, vol. XI N° 12, pp.159-169, UNMSM 1999.

2 Una larga tradición filosófica ha autorizado la inducción y la deducción como los procedimientos inferenciales por excelencia. INFERENCIA es un término de la lógica que designa globalmente cada procedimiento mediante el cual se llega a conclusiones válidas. La inferencia es uno de los fundamentos primordiales de las ciencias del lenguaje porque es evidente para todos que un enunciado comunica mucho más de cuanto dice. El problema para los lingüistas es establecer en qué medida lo que no se dice explícitamente está contenido implícitamente en los elementos léxicos y en la estructura sintáctica del enunciado; o bien deriva de principios extralingüísticos, de informaciones contextuales o de conocimientos compartidos; finalmente, debe establecerse qué tipos de implícitos son relevantes en los procesos comunicativos.

En los actos de lenguaje, la significación es un procedimiento que surge en las situaciones de comunicación. Está constituida por lo que se dice más lo que se implica en el enunciado, siempre que consideremos lo que se dice mucho más que un simple enunciado léxico. Un enunciado, generalmente, comunica mucho más de cuanto dice. El problema consiste en establecer en qué medida lo que no se dice en un enunciado deriva de principios extralingüísticos, de inferencias contextuales o de conocimientos compartidos entre los interlocutores.

Cuando el acto de lenguaje se identifica con el enunciado del mismo, se refiere a una realidad que él mismo constituye por el hecho de ser efectivamente enunciado en condiciones que lo hacen acto. En este caso, el significado se identifica con lo que se dice, es decir, se identifica con la estructura sintáctica del enunciado.

En la expresión «yo fumo», por ejemplo, el significado es idéntico al referente, es decir, a «yo fumo». El acto de fumar (jurar, bautizar, etc.) comporta necesariamente una referencia a la enunciación. En este caso, los actos de lenguaje performativos significan reflexivamente su valor de actos, porque se presentan al mismo tiempo que se representan. Cuando el acto se da así, tiene un valor autorreferencial (se refiere a una realidad que él mismo constituye por el hecho de ser efectivamente enunciado en condiciones que lo hacen acto).

Pero a menudo los actos presentan marcas de la segunda persona (él, ello), o marcas referidas a otras personas, así como marcas referidas a la situación de la enunciación. En este caso, el significado del enunciado se establece por procedimientos de recuperación inferencial fundados en informaciones contextuales o bien en conocimientos compartidos. Los principios que regulan la interpretación de los enunciados constituyen uno de los puntos de partida más difundidos de la pragmática moderna.

En la concepción de Grice, el significado enunciativo corresponde a «aquello que se dice», mientras que el significado del hablante corresponde a «aquello de la frase» y algunos ingredientes contextuales, mientras «aquello que se comunica» está constituido por lo que se dice más lo que se implica (Bertuccelli 1966).

De acuerdo a esta teoría, la significación discursiva tal como queremos comprenderla correspondería al significado del hablante. Estaría constituida por lo que se dice más lo que se implica. La significación discursiva no derivaría efectivamente del significado de las palabras, por el contrario, provendría de factores extralingüísticos que es preciso determinar para superar la distancia entre lo que se dice y lo que se comunica. Lo que se comunica es un tipo de significado del que la semántica no puede dar cuenta, porque se opera en los procesos de comunicación. En estas situaciones de comunicación, hablar, comunicarse con los demás, no es simplemente un proceso de transmisión de información, sino que además es establecer determinados tipos de relaciones con las personas, los grupos o las instituciones consiguiendo así determinados objetivos. Por ello, un discurso político, puede legítimamente definirse como una estrategia verbal para la conquista del poder.

No es el momento de ocuparnos detalladamente de los fundamentos teóricos de la semántica pragmática. Dentro de ella se dan muchos otros enfoques: la teoría de la argumentación de Ducrot y la teoría de la relevancia, por nombrarlas, son corrientes largamente practicadas por los pragmatistas.

Para el investigador del campo de las ciencias sociales, que está más interesado en aquella parte de la información implícita o en aquella información que permanece oculta, las dificultades son enormes al momento de decidir el aparato conceptual auxiliar que le permita recuperar esta información semántica que se oculta en los enunciados. La pragmática semántica, como se ve, nos ayuda a superar las limitaciones de la semántica clásica, porque orienta nuestra reflexión hacia un tipo de semántica que no está contenido explícitamente en los elementos léxicos y porque el análisis de la significación, en este caso, nos envía a explorar estructuras de «significación» que derivan de estructuras distintas a las gramaticales.

Los aportes de la pragmática semántica en el análisis de la significación discursiva se dan sobre todo –y tenemos que repetirlo– cuando entendemos la significación como el resultado de un proceso de producción (enunciación) que tiene lugar en una determinada situación de comunicación que conlleva el propósito de establecer un determinado tipo de relaciones, con un determinado objetivo (intención).

Si la pragmática semántica es entendida como un proceso que se da en función del destinatario –pero tomando en cuenta los intereses del emisor–, la significación discursiva, obviamente, no deriva directamente del significado de las palabras, sino de un proceso de relación –intervención– sobre el otro. Este hecho es decisivo porque un discurso efectivo o un discurso socialmente aceptado (acción de intervenir sobre el otro) no puede prescindir (con el riesgo de ser rechazado) de los esquemas de representación social que presuponen estructuras sociales y culturales; pero tampoco puede prescindir (si se trata de un partido político) de una visión de mundo –ideología– que impregna las estructuras de significación. Por este mismo hecho, el análisis del discurso comprende, en este caso, una teoría del poder (social) como fenómeno generalizado, o bien una teoría del poder restringido específicamente al campo de lo político (conquistar el poder).

Lo que diferencia esta concepción de «significación» del análisis específicamente pragmático es el hecho de considerar el discurso como un **medio**, con el cual el emisor puede alcanzar sus objetivos e intereses particulares y, por tanto, el discurso está asociado a la **acción** (social) y al **poder** (político). Este hecho nos permite diferenciar esta concepción de significación de la semántica pragmática, que sitúa la significación exclusivamente en las estructuras de la enunciación. Para nosotros es importante situar los procesos inferenciales del significado discursivo en el terreno del imaginario social y de la ideología. A partir de aquí derivamos el contenido implícito del discurso, porque lo que no se dice en un enunciado y se infiere presupone, en términos generales, situaciones sociales que comprende la teoría del poder (capacidad para actuar en la consecución de los objetivos e intere-



ses particulares). En otras palabras, *las estructuras de significación discursiva derivan de presupuestos sociales y no de estructuras lexicales ni sintácticas del enunciado.*

Como dijimos anteriormente, el imaginario social responde a las necesidades que tiene un grupo de representar sus condiciones de existencia. A través del imaginario, una sociedad se dota de una identidad a la vez que define y distribuye los roles sociales de los individuos. En él encontramos un inventario de las necesidades que se han de satisfacer, las metas a alcanzar y los medios con los cuales se puede concretar los objetivos sociales comunes. En resumen, el imaginario social actúa como un arquetipo fundamental del universo cultural, una especie de matriz de objetos simbólicos alrededor del cual se estructura la vida del grupo (Castoriadis 1975). La ideología (en sentido restringido), en cambio, consiste en un sistema de creencias que tiene como objetivo el poder y la configuración de la sociedad.

En este sentido, el discurso puede ser definido como un sistema simbólico que produce significación con relación a la consecución de los objetivos o intereses particulares del emisor, el sistema simbólico en este caso está asociado –tal como se ha visto anteriormente– *a las estructuras de poder que contribuyen a producir una identidad social.* Ideología e imaginario social, sin embargo, no se confunden. La ideología no es coextensiva con la cultura, ya que la ideología es una dimensión simbólica que concierne a las relaciones de dominación y de resistencia.

R.W.Wilson (1992) sostiene que las ideologías cumplen la función de defender las instituciones y racionalizar los intereses de grupo (dicen quién debe gobernar y por qué) y explican la estratificación de forma que sea significativa para los individuos; legitiman tanto la búsqueda del poder (teoría del interés) como las formas de reducir la ansiedad (teoría de la tensión). Ariño (1997) pone énfasis en el hecho de que un comportamiento que se espera específicamente que la ideología justifique es la conformidad (*compliance*).

Desde este punto de vista, las ideologías no solamente están relacionadas con el poder, son también ideas que sirven para la movilización (acción) de las personas o de los grupos. Las ideologías, sin embargo, no sólo movilizan a los individuos: también configuran determinadas formas de asociación, y las asociaciones de individuos organizados en grupo son, en este caso, de todo tipo. Todas cuentan con un sistema de valores y creencias compartidas (ideología), a partir del cual se movilizan. La ideología no solamente sirve para explicar la situación que se combate o se mantiene, sino que también se articula ocasionalmente en determinados programas formales, alrededor de los cuales se organizan los grupos. La ideología, la organización y las estrategias que define un grupo constituyen los elementos básicos de toda movilización social.

Tanto la ideología como el imaginario social hacen referencia –como se ha visto– a dos aspectos distintos de la realidad social, razón por la cual es importante definirlos bien. Ambos conceptos se refieren a entidades que crean significado

discursivo, pero esto no quiere decir que el significado del discurso se limite a estas dos unidades de significación, ni mucho menos que el análisis del significado se reduzca al análisis del imaginario social y de la ideología, con los cuales el emisor construye el significado en una determinada situación de comunicación en función de sus objetivos.

El imaginario social y la ideología son ciertamente dos componentes estratégicos que se combinan para la producción de un discurso.

Pero el discurso no refleja o representa hasta cierto punto entidades o relaciones sociales, lo que ocurre es que el emisor se vale de estos dos componentes para producir un discurso efectivo.

En la medida que dichos componentes se disuelven en el discurso producen sentido, hay constitución de significación o de discurso; pero, finalmente, discurso que responde a las estrategias del emisor.

Desde esta perspectiva, el discurso o los discursos se constituyen en las entidades clave por medio de las cuales los emisores introducen sus propios objetos, sus propios sujetos, sus principios y sus valores sin que por ello puedan prescindir del referente social, porque el discurso no puede reducirse a las solas relaciones de sentido tal como lo sugieren los especialistas del campo lingüístico.

Ahora bien, después de estas consideraciones podemos volver sobre el problema que estamos tratando, el de organizar el análisis del discurso en unidades de significación menores cuando los discursos se presentan en *corpus mayores*. La mayoría de los discursos sociales son extensos y generalmente deben examinarse con una profundidad histórica. Este hecho supone acumular una gran información, muchas veces difícil de manejar, cuando se trata, por ejemplo, del análisis del discurso de un partido político el *corpus* acumulado no solamente comprende la producción «oficial» del partido (los programas o las propagandas), sino también la producción de los distintos líderes que muchas veces expresan diferentes corrientes de opinión al interior del partido. Pero no solamente hay discursos de líderes, también están los discursos de los padres fundadores del partido, que generalmente definen o han definido su tradición ideológica que muchos líderes quieren conservar como principios inamovibles en tanto que otros los ponen en cuestión debido a la época, coyuntura o a la estrategia de conquista del poder.

Todo esto supone definir un *corpus* específico, en función a los intereses de la investigación; pero en todos los casos el investigador del campo de las ciencias sociales se encuentra frente a una acumulación tal de información que es absolutamente imprescindible dividir el texto en unidades menores para determinar la *información semántica* subyacente a todo discurso. La determinación de estas estructuras estratégicas de significación, producidas por el emisor con un determinado objetivo, exigen precisar una noción analítico-operativa.

La noción semántica operativa para dividir el discurso en unidades menores es la *proposición*. La proposición puede definirse como una estructura de significación

en cual está contenida toda la «voluntad de decir del emisor». Desde este punto de vista, una proposición es una unidad de significación discursiva referida a una parte del discurso, pero no por ser parte está desvinculada de la macrosignificación discursiva, sino más bien es una parte referida a uno de los «hechos» (de carácter social) de los que trata el discurso. El procedimiento de recuperación semántica del discurso es un proceso que se opera desde estas unidades de significación menores. La arquitectura de la construcción se lleva a cabo desde las partes, de tal modo que entre una unidad de significación y otra se establecen determinados vínculos: de **tiempo, condición, causa y consecuencia** (Dijk 1997).

De hecho, en este proceso relacional descubrimos el contenido implícito en el discurso, porque la relación entre una unidad de significación y otra está definida sobre el modo de la **implicitación**. Una de las condiciones principales del análisis de la significación discursiva, precisamente, se refiere a la manera como están unidas estas partes en el texto.

De hecho esta situación nos lleva a formularnos algunas cuestiones esenciales: ¿qué significa esta fracción del texto?, ¿de qué manera esta parte del texto está relacionada con las subsiguientes propuestas?, ¿de qué manera en esta fracción del texto está contenida la voluntad de decir del emisor y qué repercusiones (efectos) tienen estas unidades de significación para el destinatario? Todas estas cuestiones forman parte del repertorio de los fenómenos que comúnmente los lingüistas conocen como *coherencia del discurso* o *coherencia local del texto*.

En la arquitectura del discurso, la coherencia no solamente se refiere a la relación entre los «hechos», sino que también es importante abordar la significación a partir del análisis de los conceptos. En este caso, la semiótica es una disciplina muy útil para explorar las condiciones del significado de los conceptos. La problemática definida por la tarea semiótica versa aquí sobre el funcionamiento textual del significado y no de las relaciones que el texto pueda establecer con un referente externo. El sentido será entonces considerado como un *efecto*, como un resultado producido *por un juego de relaciones entre elementos significantes*. El «cómo» del sentido tendremos que construirlo en el interior del texto. El análisis semiótico del discurso no es igual a la lingüística estructural de la frase. Esta última se ocupa de la producción y construcción de las frases, es decir, de la capacidad frástica; la semiótica, en cambio, se propone construir, formalizar la producción y la organización de los discursos y los textos, o sea, la capacidad discursiva.

El análisis semiótico descubre el mecanismo que produce el sentido y, con eso, sus resultados permiten completar, precisar e incluso corregir el sentido obvio. En primer lugar, al poner en evidencia el dispositivo productor del sentido excluye los sentidos que ese dispositivo no pueda producir; en segundo lugar, facilita numerosos datos que permiten fundar el significado del texto. El sentido no pertenece *sólo* al texto; surge en el *encuentro entre el lector y el texto*. El análisis impide, preci-

samente, que el lector se desvíe proponiendo sentidos arbitrarios que no corresponden a lo que el texto mismo quiere significar.

Suele decirse que todo texto permite una pluralidad de sentidos. Hay que comprender bien este modo de hablar: esto no quiere decir que estos sentidos puedan ser contrarios o contradictorios, o simplemente arbitrarios; para impedirlo está el dispositivo productor del sentido del texto; si se quiere el sentido que el lector produce del análisis no agota *todo* el sentido del texto; es decir, que sin invalidar el sentido ya obtenido, éste puede enriquecerse siempre por nuevas confrontaciones con el texto. Esto vale particularmente para textos literarios, los poéticos u otros (Grupo de Entreverse, 1982)

Para Dijk (1997), los conceptos son en realidad una suerte de guiones, un iceberg semántico del que solamente se manifiesta la punta, mientras que el resto de la información se supone conocida por los lectores. Este tipo de dependencia sobre el conocimiento del mundo y otras creencias puede conformar un cuerpo de coherencias subjetivas e ideológicas; lo que es coherente, por ejemplo, para un periodista tratándose del discurso periodístico puede no ser para los lectores.

Ahora bien, además de estos dos tipos de relación textual en los que están inmersas las unidades de significación discursiva, debemos contemplar una relación de *carácter funcional*. Esta relación comprende la manera como necesariamente una proposición de carácter general está conectada con otras proposiciones de carácter específico. Las proposiciones más generales casi siempre están seguidas de otras más específicas que proporcionan detalles, o de lo contrario están seguidas de paráfrasis, contrastes o ejemplos, siempre relativos a la primera proposición; pero también incluyen funciones de carácter ideológico cuando contiene evaluaciones específicas (Dijk, 1997).

Estos tres niveles del microanálisis semántico del discurso nos permite –como se ha dicho– reconstruir la significación implícita del mismo; reconstruir, entonces, su nivel profundo, pero también conocer su dinámica, el proceso a través del cual un emisor genera justamente un proceso de persuasión. La transición de una unidad de significación a otra marca, por así decirlo, el derrotero que el emisor emprende para generar la significación. La necesidad que tiene de introducir una innovación para generar un cambio de significación o, de lo contrario, introducir de manera sistemática «elementos» de significación con el propósito de convencer o persuadir al destinatario en un momento decisivo de la comunicación.

Charles Roig (1976) es uno de los pocos investigadores que se ha ocupado de la «dinámica del espacio conceptual» asociado al poder. Él propone, inspirándose en la teoría estructural, un conjunto de reglas para estudiar la dinámica discursiva. La primera regla consiste en introducir en una relación binaria un tercer término; la segunda se refiere a la posibilidad de poder situar el objetivo del discurso en diferentes partes de un eje semántico bipolar, y la tercera es una relación de contradicción que «relativiza» la categorización del objeto.

### *b. El análisis macrosemántico*

En todo discurso, junto al nivel de análisis de las partes, debemos contemplar el nivel global o total de los discursos. Además de las unidades de significación, que ya hemos estudiado, en el discurso existe una significación de carácter global. A este tipo de significación lo denominamos semántica general del discurso.

Las macroproposiciones semánticas del discurso están constituidas por los **temas**. Un tema, en este caso, es aquello de lo que se dice algo y no lo que se dice. Los temas constituyen las macroestructuras semánticas del discurso, expresan la significación como un todo único, contienen exactamente toda la voluntad de decir del emisor y constituyen la expresión universal del discurso. En un corpus discursivo los temas pueden ser variados, mientras que en un artículo periodístico, por ejemplo, el tema es uno solo. En este caso, el titular del artículo puede reflejar el tema o asunto del que trata un discurso. La mayoría de los titulares de primera plana de un periódico constituyen los temas principales de lo que trata el periódico. La descripción (narración) interna del suceso, la mayoría de las veces, es el desarrollo sistematizado de este titular. Lo importante aquí es estudiar la «exposición» de las unidades de significación para comprender las estrategias –verbales– empleadas por el periodista para construir justamente el titular de un periódico, que es la abstracción de toda la descripción.

El tema o los temas son, pues, macroestructuras semánticas a las cuales se llega a partir de un proceso de abstracción. Son producidas, entonces, después de llevar a cabo un proceso de transformación y jerarquización de las unidades de significación discursiva, proceso que está sujeto a reglas (ver Dijk, 1997):

- La primera regla que permite llegar a este nivel de abstracción es la **supresión**. Del total de proposiciones que hemos podido identificar en un discurso, se suprimen aquellas que no son presupuesto de la siguiente, sobre la cual está encadenada la significación discursiva o bien sobre la cual está encadenada la generación de significación con fines de persuasión o convencimiento. El hilo conductor de este proceso, obviamente, lo determinan los presupuestos sociales donde la teoría del poder es la conductora, toda vez que un discurso se produce con un determinado objetivo.

- La segunda regla es la **generalización**. Del total de proposiciones contenidas en un discurso, se construye una proposición que contenga en sí misma un concepto derivado de otras proposiciones. Esta proposición construida debe sustituir a las otras proposiciones.

- La tercera regla es la **construcción**. Del total de proposiciones se construye una proposición que *denota (cosa, o cosas, personas o sucesos) el mismo hecho denotado por las otras proposiciones*. Así se sustituye la secuencia de proposiciones originales por una nueva proposición que denota el mismo hecho que las otras proposiciones.

Por medio de este proceso de supresión, generalización y construcción llegamos a determinar la información semántica general contenida en un discurso. Di-

cha estructura semántica compleja juega un papel importante en la comprensión del discurso, porque esta macroestructura contiene en sí la información *esencial del discurso*. Esta estructura está conectada directamente con la interpretación del discurso por el lector, razón por la cual muchos especialistas la estudian también a nivel cognitivo. Así son examinados los procedimientos de recuerdo, resumen y memorización.

La propiedad esencial de un discurso es la de ser globalmente coherente, además de serlo a nivel local. Más allá de las relaciones entre las distintas unidades de significación, un discurso debe tener una unidad semántica general y ésta, como se ha dicho, se encuentra en un **tema**. Los temas conforman la síntesis conceptual del texto y especifican la información más importante. Estos temas son las macroproposiciones semánticas y derivan de la secuencia de proposiciones existentes en un discurso. Asimismo, son el resultado de un proceso de abstracción sujeto a un conjunto de reglas. Se emplean estas macroestructuras para comprender de forma global un texto, pero también para resumir un discurso (Dijk 1997).

La interpretación o comprensión de un **tema** no está exclusivamente sujeto a la recuperación de la información semántica. Recordemos que el objeto del discurso no sólo es la transmisión de la información, sino que además, y sobre todo, comprende la relación del emisor con las personas con un determinado objetivo. Este hecho es sumamente importante para comprender la dimensión pragmática de estas macroestructuras semánticas que aparecen en la comprensión del texto. Estos «elementos» se refieren a todos aquellos supuestos socioculturales e ideológicos por cuyas virtudes es posible hacer del discurso una acción. Los supuestos sociales generalmente se refieren a determinadas situaciones de los individuos y de los grupos, a las filiaciones del grupo (pueden ser de género, clase, etnia, nación, etc.), a las relaciones de los grupos (relaciones de poder, dominación) y también a la integración institucional del individuo.

Estos supuestos sociales, como la ideología, por ejemplo, actúan como subcódigos o estructuras de significación distintas de las lexicales en las cuales están inmersos los hablantes cuando se comunican. En este sentido, la dimensión pragmática del discurso permite a un lector reconstruir el tema a partir de la propia argumentación que él mismo reconstruye de lo que se habla. Así, pues, una descripción pragmática puede poseer un macrocomponente de esta clase que justifica secuencias más largas de actos de habla o de actos globales de macrolenguaje representados por una aserción textual global. Un discurso cualquiera, como un todo, puede desempeñar la función de una macroaserción, de la misma manera que un anuncio puede desempeñar la función de un macroanuncio o una macrooferta. (Dijk, 1997).

Cualquiera que sea la situación, nuestro punto de vista se distingue de la pragmática semántica, porque en nuestro caso el discurso se asocia a una consecución de los objetivos o intereses particulares del emisor. Este hecho supone examinar el discurso (o la producción del discurso o del anuncio) en relación al poder o a la

acción social, cuestión que en el análisis de la producción del contenido discursivo implica tomar en cuenta un referente social.

Los significados del discurso, en consecuencia, no sólo son el resultado producido por un juego de relaciones entre elementos significantes (palabras o conceptos), sino también son el resultado de un proceso de abstracción de acciones sociales reales acaecidas en una sociedad históricamente determinada. De allí que una explicación completa de estas macroestructuras de significación debe incluir los elementos socioculturales y las interacciones sociales que tienen lugar en una sociedad. Ocuparse del análisis del discurso no solamente es ocuparse de las estructuras de significación, sino que también es ocuparse de la interacción social que llevan a cabo los actores sociales por medio del discurso. Esto no quiere decir que el análisis del discurso se ocupe de lo que se ocupa la Sociología o la Antropología. El objetivo del análisis del discurso es, más bien, examinar las relaciones existentes entre el discurso y la sociedad; sitúa, entonces, las estructuras de significación en relación a las estructuras sociales, políticas y culturales. En otras palabras, se trata de saber cómo influye en la producción y entendimiento de las estructuras del discurso la situación social y cómo las estructuras del discurso influyen sobre ésta.

Junto a estos macroconstructores de significación, en el macronivel de análisis del discurso debe considerarse también la **retórica**, que estudia la dimensión persuasiva del lenguaje. Específicamente, estudia las propiedades del discurso que pueden hacer más convincente la comunicación.

Las figuras retóricas son muy empleadas en los discursos sociales y políticos. Sirven sobre todo para persuadir o reforzar la comunicación a favor del emisor en determinadas situaciones de movilización. Estas figuras cumplen importantes funciones para el emisor al momento de ser utilizadas, porque las utiliza para intensificar la organización. De ahí la atención, el almacenamiento y la recuperación de la información del texto por parte del oyente lector (Dijk, 1997).

Entre las figuras retóricas podemos señalar las siguientes:

- La *metonimia*, que designa una cosa con el nombre de otra. Toma la causa por el efecto («Vive de su trabajo»), o el efecto por la causa («Respeto por las canas»), el instrumento por quien lo maneja («Famoso espada»).

La fuerza persuasiva de la metonimia aumenta las posibilidades de efectividad del discurso, generalmente se apoya en las costumbres de cada país, en el lenguaje coloquial o familiar que aumentan las posibilidades de aceptación.

- El *tropo* es el empleo de una palabra con un sentido diferente al que propiamente le corresponde. Designa un objeto con el nombre de otro objeto. Así, se puede hablar de Washington para designar al gobierno norteamericano.

- La *sinécdoque* es la figura que asimila las partes a un todo o el todo a las partes; por ejemplo: «El mal de nuestro país». La fuerza de esta figura se encuentra en la idea de identidad que intenta transmitir. Se puede decir que es una generalización, universalización del objeto.

- La *metáfora* consiste en la utilización de una imagen para referir lo evocado, varía según la época y la cultura. En las metáforas se pueden encontrar, alegorías, fábulas, mitos, etc.: «La economía del país está saneada».

- El *quiasmo*, consiste en repetir la palabra o la frase pero invirtiéndola: «Filosofía de la miseria, miseria de la filosofía».

- *Preterización* es la idea de hablar sin hablar: «No tengo necesidad de referirme a la situación del país ...»

- La *comunicación* es cuando se aparenta consultar al otro, es una figura de estilo oratorio: «Quiero consultar a la asamblea...»

- La *prosopea* consiste en hacer hablar a alguien que está ausente o muerto: «Marx habría dicho ...»

- *Litos* es la observación en un discurso de todo lo negativo, una suerte de gusto malsano sobre el otro.

Se puede considerar también otras figuras, como el *antorismo*, que toma el discurso del adversario para reutilizarlo en provecho del propio, o la *prolepse*, que consiste en desarrollar una idea pero tomando en cuenta sus ventajas y desventajas, etc.



## BIBLIOGRAFÍA

ARIÑO, Antonio

1997 *Sociología de la cultura. La constitución simbólica de la sociedad*. Barcelona, Ariel.

BERGER, Peter y Thomas LUCKMANN

1968 *La construcción social de la realidad. Un tratado de sociología del conocimiento*. Madrid, Martines de Murguía.

BARDAN, Lawrence

1977 *Análisis de contenido*. Madrid, Akal Universitaria.

BERTUCCELLI, Papi Marcella

1996 *Qué es la pragmática*. Barcelona, Paidós.

CALVO PÉREZ, Julio

1994 *Introducción a la pragmática del español*. Madrid, Cátedra.

CASTORIADIS, C.

1975 *L'Institution imaginaire de la société*. Paris, Seuil.

DIJK, T. van

1977 *Text and context*. Londres, Longman (Trad. *Texto y contexto*, Madrid, Cátedra 3ª edición 1988).

1978 *La ciencia del texto*. Barcelona, Paidós.

2000 *El discurso como interacción social*. Madrid, Gedisa.

GRUPOS DE ENTREVERES

1982 *Análisis semiótico de los textos. Introducción. Teoría práctica*. Madrid, Ed. Cristiandad.

MAYORAL, José Antonio

1994 *Figuras retóricas*. Madrid, Ed. Síntesis.

OSSIPOW, W.

1979 *La transformation de discours politique dans L'Eglise*. Lausanne, L'Age d'Homme.

ROIG, Charles

1980 *La Grammaire politique de Lénine*. Lausanne, L'Age d'Homme.