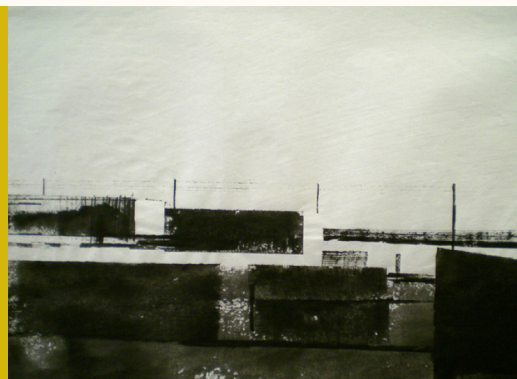


# RALED

VOL. 17 (2) 2017



RESEÑA

Raiter, A.; Zullo, J. (eds). (2016)  
*Al filo de la lengua. Medios, publicidad y política.*

San Fernando: La Bicicleta Ediciones – 195p.  
ISBN: 978-987-45712-5-0.

---

**ANA AYMÁ**

Universidad Nacional de Quilmes  
anaayma@gmail. com

*Al filo de la lengua: medios, publicidad y política* es un libro que se inscribe en la línea de reflexión teórica y de investigación empírica en análisis del discurso que ha venido caracterizando al grupo que dirige Alejandro Raiter, en la Facultad de Filosofía y Letras de la Universidad de Buenos Aires. Compilada por el mismo Raiter y por Julia Zullo, esta novedad editorial se encarga de exponer un panorama de esas investigaciones sobre medios, publicidad y política en el contexto contemporáneo y de actualizar los debates teóricos en los que éstas se enmarcan. Se propone así, en definitiva, la tarea de responder de múltiples maneras a la pregunta con la que se inicia: ¿para qué sirve el análisis del discurso?

Desde el comienzo, se plantea una premisa muy clara: el análisis del discurso sirve para desnaturalizar aquello de lo que se habla. Este será un eje transversal de los nueve capítulos que componen el libro, cuya estructura se despliega de la siguiente manera: una presentación teórica general, que profundiza en el concepto clave de representaciones sociales, por Alejandro Raiter (Cap. 1); una exposición de herramientas metodológicas para el abordaje discursivo de textos lingüísticos y otros sistemas semióticos, a cargo de Julia Zullo (Cap. 2), y una serie de investigaciones sobre distintos tipos de discursos sociales mediante la utilización de un gran repertorio de categorías de análisis, realizadas y presentadas por Lucía Hellín (Cap. 3), Paula Sylvina García (Cap. 4), Julia Zullo (Cap. 5), Rocío Flax (Cap. 6), Alejandro Raiter (Cap. 7), Gabriel Dvoskin (Cap. 8) y Gilda Zukerfeld (Cap. 9).

Además de ser un libro de análisis del discurso, se trata también, de alguna manera, de un libro sobre comunicación, que la aborda como problema en el complejo entorno semiótico presente, en el que las posibilidades comunicativas aumentan en tanto los soportes se multiplican y los recursos se diversifican. Sin embargo, esto no implica linealmente que la comunicación se democratice, debido, entre otras cosas, a la existencia de emisores privilegiados y temas excluidos.

Por todo esto, el público lector que prefigura la obra es tanto aquel que tenga interés en aspectos teóricos y metodológicos del análisis del discurso como en el plano comunicacional y la investigación de la comunicación política, publicitaria y mediática. La explicitación de los supuestos de partida, la explicación pormenorizada de los pasos de la tarea de investigación en cada caso, junto a la exposición de resultados fundamentados, hace que el espectro de lectores y lectoras posibles se amplíe considerablemente entre quienes están iniciándose en el campo y quienes desean profundizar sus debates.

En el primero capítulo, “Representaciones sociales”, Alejandro Raiter retoma una de las más prolíficas líneas de discusión teórica que recorre su obra (Raiter 2003) acerca de los modos de representarnos el mundo. De acuerdo a la perspectiva propuesta, las representaciones son el resultado del proceso cognitivo que realiza el sujeto a partir de estímulos del medio. Éstas devienen sociales al interactuar con creencias previas y almacenarse en la mente. Las representaciones son imágenes mentales que constituyen la base del significado.

Ahora bien, ¿por qué sería necesaria esta introducción que Raiter realiza en torno a la noción de lenguaje con la que se está trabajando aquí? Porque la discusión sobre el funcionamiento de estas representaciones conjuga los aportes del campo cognitivo con las preocupaciones acerca de la producción de sentido en el seno de las relaciones sociales, surcadas por el poder y lo ideológico como dimensiones constitutivas. Esto no solo muestra el posicionamiento epistemológico de partida; el concepto de representaciones sociales así planteado permite entender la formación

de sistemas de creencias compartidos y, a su vez, el hecho de que diferentes, y hasta opuestas, representaciones pueden estar en diálogo, tensión o convivencia entre los miembros de una misma comunidad lingüística.

Es, además, central el punto por el cual los contenidos de las representaciones sociales no son neutros, funcionan, por el contrario, como signos ideológicos (Voloshinov 2009 [1929]) que tienen efectos concretos para la conformación de visiones del mundo y, por lo tanto, para la vida cotidiana. Esta definición implica, necesariamente, que a las representaciones de los hablantes no se accede mediante un cuestionario. Indagar representaciones, tanto en sus formas de funcionamiento como en sus contenidos, requiere del análisis del discurso que aborde metódica y sistemáticamente producciones lingüísticas representativas de una determinada comunidad. Aquí el estudio de los medios de comunicación y su discursividad se vuelve relevante, en tanto éstos actúan como enunciadores globales y se constituyen en creadores de verosimilitud, de actualidad, y, en síntesis, de realidad.

En el segundo capítulo, “El análisis del discurso. Algunos supuestos, algunas herramientas de trabajo”, Julia Zullo se adentra precisamente en el ‘cómo’, en la tarea de acceso a esas representaciones sociales a través de determinados materiales semióticos. Desde una mirada sociolingüística, y con principios de los estudios críticos del discurso y de la lingüística crítica, el enfoque propuesto establece las relaciones entre el lenguaje y las representaciones sociales, principalmente a través del estudio de la variación y el cambio, y su constitución en las diferentes instancias de la significación. Para ello se postula un modelo de análisis en el nivel de los enunciados y en el nivel de la enunciación. Para el primero, se toman los principios del sistema de transitividad desarrollado en la gramática sistémico funcional de M.A.K Halliday y continuado por R. Hodge y G. Kress y T. Trew. Para el segundo se suma entre otros antecedentes la teoría enunciativa de los discursos sociales planteada por E. Verón. Finalmente, se presentan las herramientas de la semiótica social para el análisis de la multimodalidad que proponen G. Kress y T. Van Leeuwen. En todos los casos, los autores establecen métodos para observar las relaciones entre lenguaje – en sus diferentes modos – e ideología, en materiales semióticos en circulación. Estos insumos y las categorías específicas que proveen, explicadas por Zullo didácticamente, van a mostrarse en uso en los capítulos que siguen.

En el tercer capítulo, “Publicidad: en la vida hay que ganar”, Lucía Hellín abre la parte del libro dedicada a las investigaciones, con un trabajo sobre discurso publicitario de spots televisivos. Se centrará para ello en el análisis de las metáforas conceptuales (con aporte de G. Lakoff y M. Johnson) que operan en la construcción de la imagen de diferentes productos: una consola de videojuegos, y una bebida determinada en la coyuntura del Mundial de fútbol. A través del análisis se revela cómo funciona como una verdad autoevidente e incuestionable, como metáfora conceptual, o podríamos decir como un *topos*, de que la vida es una competencia, las personas son rivales, por lo tanto hay ganadores y perdedores, y ganar es siempre mejor que perder. Esto actúa como un marco que estructura el desarrollo de las expresiones y sentidos en las publicidades analizadas. Así, la evidencia empírica de los materiales, la selección de signos expuestos, permite delinear la presencia y, por lo tanto, la legitimación de una determinada visión de mundo, la que se corresponde con la búsqueda de metas individuales, subyacente en esos discursos.

El cuarto capítulo, “Seguí por acá: consejos y promociones en la oferta de estudios superiores”, de Paula Sylvina García, parte del concepto de evento discursivo, siguiendo a N. Fairclough, para detectar cambios a nivel discursivo y social entre las guías para el estudiante universitario tradicio-

nales y las guías para estudiantes en versión web. García analiza las instancias del evento, sus rasgos en el nivel de la práctica discursiva y de la práctica social, para postular una categoría propia que defina la interacción propuesta por las guías en versión web: la noción de *interactividad controlada*. La caracterización de este nuevo evento comunicativo le permite a la autora dar cuenta de su estructuración como una invitación para los estudiantes a ser partícipes activos de la búsqueda de su vocación, a través de una serie de estrategias discursivas como la conversacionalización y la personalización del destinatario, entre otras. Asimismo se muestra cómo esas estrategias coloquiales habilitan al enunciador global que ofrece la información a dar órdenes explícitas, instructivos y establecer parámetros de legitimación/ deslegitimación de otras voces posibles.

En el capítulo siguiente, “La política por los políticos. Los spots de campaña en las legislativas 2013 o la muerte de la promesa”, Julia Zullo despliega los recursos que G. Kress y T. van Leeuwen aportan para trabajar la multimodalidad, en un *corpus* de campañas políticas televisivas. Se busca analizar los principios ideológicos que subyacen a determinadas estrategias de construcción de imagen de los candidatos y de interpelación a los votantes. Zullo analiza la campaña en el marco del desprestigio de la política en Argentina – puesto en la superficie de lo dicho desde el “que se vayan todos” de diciembre de 2001. Lo investigado, tanto a nivel del enunciado como del dispositivo de enunciación, le permite afirmar en principio que, lejos de buscar nuevas formas de legitimación de la política, la campaña se construye colonizada por las reglas del *marketing*. De esta manera, los *spots* promueven, casi como una paradoja, candidatos políticos en ausencia de las características y componentes propios del discurso político, como lo serían, por ejemplo, la presencia de la contra-destinación, o la dimensión programática, entre otros rasgos.

En el sexto capítulo, “Los límites de la historia: la construcción de la identidad de los jóvenes peronistas”, Rocío Flax investiga la identidad que la juventud peronista construye para sí misma en la actualidad, a partir de sus referencias a la juventud militante de los años 1970. La pregunta que se presenta es acerca del significante “Volvimos”, usado para construir un nosotros para un colectivo cuya juventud presente sería en sí misma signo de algo inaugural y no de un retorno. Flax parte de la idea de la narración como forma paradigmática de modelar la propia identidad, y desde ese supuesto compara dos textos disponibles en línea: uno titulado “Nuestra historia”, en el que la Juventud Peronista se presenta, y la entrada para la JP en la enciclopedia libre Wikipedia. Siguiendo a M. Pecheux y M. Foucault, se buscan los indecibles, los límites de lo que puede ser dicho en las formaciones discursivas en cuestión, a través del análisis de modificaciones, elisiones y sustituciones. Esto se articula con el estudio de la construcción identitaria mediante el análisis de los procesos y los participantes involucrados, en los que se verifica el uso de variados recursos gramaticales de desagenticación. Así, se arriba a la idea de que la identificación de la Juventud Peronista actual con los jóvenes de la década del 1970 se produce a través de una selección/ omisión de ciertos rasgos y hechos desde la construcción de un determinado relato de la historia política. Esto permitiría una operación de “refundación” que apela a las glorias y desplaza los elementos disruptivos de esa misma historia.

El séptimo capítulo, “Iniciativa discursiva en la polémica política. Legitimación y habilitación”, de Alejandro Raiter, indaga las características del discurso político y la función de la iniciativa discursiva dentro del mismo. Si lo que define al discurso político es su capacidad de disputar el valor de signos compartidos y de imponer signos nuevos a partir de otros existentes, la iniciativa discursiva sería la práctica fundamental para lograrlo en tanto pretende establecer los términos

del debate y los ejes de la polémica en cada escena discursiva concreta. Ahora bien, los procesos de habilitación y aceptabilidad de temas y la legitimación de los emisores requieren de los medios masivos de comunicación para consolidarse. Desde estas premisas, Raiter analiza las estrategias de iniciativa discursiva en discursos de Cadena Nacional pronunciados en 2014 por la entonces presidenta Cristina Fernández de Kirchner. En esos textos, Raiter se detiene en un rasgo específico que es el cambio de registro dentro de un mismo evento discursivo. En función de este rasgo, se prefigura un campo de efectos múltiples de estos discursos: se busca que temas existentes adquieran carácter novedoso, se modifica el lugar simbólico desde el cual se enuncia y se despliegan diferentes imágenes de los destinatarios. La enunciadora apunta así a dominar la escena discursiva, imponer temas por fuera de la agenda mediática y generar respuestas en la esfera pública política que, en sí mismas, aún cuando críticas o negativas, confirman el poder de esa iniciativa.

En el siguiente capítulo, “Exhibir y ocultar: esa es la cuestión. La educación sexual en el diario La Nación”, Gabriel Dvoskin estudia el proceso discursivo que posiciona al diario La Nación como un medio serio, democrático y objetivo como estrategia para la difusión de su línea ideológica. Lo hace sobre un *corpus* de noticias que trataron la Ley de Educación Sexual Integral, sancionada en octubre de 2006, y otras notas que retoman el tema de la educación sexual en coyunturas posteriores. La hipótesis que surca el trabajo es que la ideología no está operando allí por omisión, sino por saturación. Así, desde una perspectiva polifónico-enunciativa y utilizando el enfoque del modelo de la valoración en el discurso propuesto por J.R. Martin y P. White, Dvoskin analiza el despliegue de voces que La Nación realiza, para mostrar que la eficacia del proceso de producción ideológica consiste en establecer temas/ signos a través de una convivencia de voces diversas, expuestas en aparente neutralidad. Se estudian los verbos introductorios del discurso ajeno de acuerdo a su manifestación de valoración/ no valoración, los estilos de cita y otros operadores discursivos para evidenciar las estrategias que el diario dispone para introducir la legitimación/ deslegitimación de determinados actores: respectivamente los voceros de la Iglesia Católica y los padres de familia, frente al discurso de la ciencia y la palabra de los jóvenes.

El último capítulo, “Personas, familias, vecinos, manifestantes: representaciones sociales de los ocupantes durante el conflicto del parque Indoamericano”, de Gilda Zukerfeld, analiza la construcción mediática del desalojo y las muertes ocurridas en el parque Indoamericano de Buenos Aires, en 2010, a través de la comparación de tres diarios nacionales: Clarín, Página 12 y Crónica. Zukerfeld se centra en el sistema de referencia y predicación o modos de denominación de las personas que fueron desalojadas, los *ocupantes*, las formas de representación del espacio público y la construcción discursiva del conflicto en una línea de tiempo. Trabaja sobre las transformaciones como las concibe la lingüística crítica, para mostrar cómo, a través de las opciones gramaticales de cada diario, se presentan paradigmas en disputa que sindicán de manera diferente las responsabilidades y los roles de los actores involucrados.

Se destaca que en todos los capítulos y en consonancia con el posicionamiento teórico expuesto en el comienzo, los trabajos reponen la información de contexto necesaria para leer sus casos de estudio, tanto respecto de la situación comunicativa como en relación con las coordenadas socio históricas generales. Luego, exponen su metodología, ejemplifican los hallazgos en el *corpus*, y muestran los resultados obtenidos.

*Al filo de la lengua: medios, publicidad y política* responde a la mejor tradición de las obras compiladas: cada capítulo enlaza con el resto porque se construye polifónicamente. Es decir, cada

voz autoral vale a la vez por sí misma, y por la forma en la que se inscribe en el producto colectivo. El libro brinda un panorama de posibilidades de abordaje, técnicas y métodos disponibles para analizar discursos sociales. Pero este panorama se reúne en torno de una misma búsqueda, la de atravesar la complejidad de las dinámicas del sentido, observar las relaciones entre lo dicho y lo no dicho y señalar los desplazamientos de los límites de lo decible.

### **Referencias bibliográficas**

RAITER, A. 2003. *Lenguaje y sentido común*. Buenos Aires: Biblos.

VOLOSHINOV, V. 2009 [1929]. *El marxismo y la filosofía del lenguaje*. Buenos Aires: Ediciones Godot.