

CHARAUDEAU, PATRICK (2003). 1ª edic. *El discurso de la información. La construcción del espejo social*. Barcelona: Gedisa. Traducción: Margarita Mizraji. Título original: (1997). *Le discours d'information médiatique*. Paris: Nathan/Her. 317 pp. ISSN 84-7432-953

El libro presenta la teoría de Charaudeau sobre el “contrato de comunicación” de la información mediática. Charaudeau propone una noción de “contrato” como marco de referencia común para los distintos tipos de discursos de la información, los cuales se diferencian por los condicionamientos situacionales y por los condicionamientos discursivos.

Este estudio pretende deshacer la idea de que el discurso de los medios de comunicación dispone de un poder de manipulación superior a todos los demás discursos; también pretende poner de relieve la necesidad de comparar las características de los distintos órganos de información para ver en qué medida se diferencian.

Divide la obra en cuatro partes. La introducción centra el objetivo del libro: descubrir mediante la observación de los fenómenos lingüísticos qué mecanismos de construcción del sentido social emplean los medios de comunicación social. La obra gira sobre dos ejes: plantear la imposibilidad de la neutralidad de la información (“grado cero” en términos de Charaudeau) y la falta de control de los efectos.

En la primera parte Charaudeau define la información como discurso y expone que todo discurso depende, para la construcción de su objetivo social, de las condiciones específicas de la situación de intercambio en la que aparece. Denuncia como deficiencias de los medios de comunicación para informar: la finalidad ambigua, la falta de control de los efectos, la imposibilidad del “grado cero” de la información (neutralidad) y la divulgación deformante.

En la segunda y tercera parte trata de los condicionamientos del discurso informativo, que clasifica en situacionales y discursivos. Describe los componentes de toda situación comunicativa, y las características del discurso informativo mediático. Los condicionamientos situacionales existen siempre para Charaudeau, y limitan el espacio, el tiempo, las relaciones y las palabras; es ahí donde se interpretan los intercambios sociales y se les otorga valor.

Fundamenta la noción de “contrato” en el concepto de *cointencionalidad* que toma de la filosofía moderna. Por la *cointencionalidad* todo intercambio

lingüístico se realiza en un marco en el que los participantes están ligados por una especie de acuerdo previo acerca de los datos presentes en el marco de referencia. Todos los participantes deben someterse así a los requisitos de la situación de enunciación (p. 78).

Esta situación, “contrato de comunicación”, la expone con detalle en la parte II junto con la finalidad del contrato, la identidad de los interlocutores y su concepto de opinión pública. Merece atención su exposición sobre la evaluación y la distinción entre juicios de valor y juicios de creencia, además del análisis sobre la modalidad epistémica.

En la tercera parte se detiene en los condicionamientos discursivos que responden a la pregunta ¿Cómo decirlo? También discute las condiciones para establecer una teoría de los géneros y describe las características del procesamiento lingüístico de la información, que distribuye en tres ámbitos: - la construcción temática, -la puesta en discurso, -la puesta en escena.

La cuestión ética acerca de la responsabilidad del discurso mediático es el tema del último apartado. La conclusión del libro es que los medios no pueden pretender ser transmisores transparentes entre el mundo exterior (*mundo del acontecimiento*) y el mundo interno (*mundo percibido*), ni un espejo que muestre el reflejo fiel –aunque invertido- del mundo. Deja demostrado que los medios se automanipulan bajo el efecto de una doble presión: interna (la de las “representaciones” y la de los “dispositivos”), y externa (la de la actualidad social, el poder político y la competencia). La conclusión es que el discurso de los medios no está hecho de transparencia sino de opacidad; y por esto, propone investigar qué constituye su especificidad en la manera de comentar el mundo.

Al final del libro, el autor señala que queda por estudiar las estrategias discursivas de los medios informativos que mostrarían cómo se manejan los diferentes medios.

Este libro es, indudablemente, de interés para comunicadores y analistas del discurso, porque presenta una sólida orientación teórica y metodológica, y estimula la investigación.

María Jesús Nieto Nieto y Otero
chusnieto@hotmail.com