

**La construcción del sentido común:
La naturalización de estereotipos en el discurso de los medios**

El discurso implica “coordinar el lenguaje con maneras de actuar, interactuar, valorar” (Gee 2002:25). Se describe como “una danza que existe en un plano abstracto, (...) una coordinación de palabras, hechos, valores, creencias” (Gee 2002:19). El discurso surge del mundo exterior. Sin embargo, según Johnstone (2002:10), el mundo queda determinado por el discurso. Por lo tanto, los textos son moldeados por los contextos y, a la vez, dan forma a esos contextos. En este sentido, el discurso es lo que hacemos para que “se reconozca a las personas y las cosas de ciertas maneras y no de otras.” (Gee 2002:23). Gee (2002:82) se refiere a la propiedad mágica del lenguaje, el hecho de que éste simultáneamente refleja y construye la realidad. El discurso es entonces tanto el producto como el origen de la realidad y, como resultado, constituye ideologías.

La orientación crítica hacia el análisis del discurso asume que las expresiones lingüísticas no son neutras; cada elemento de un texto “llevará su propia carga ideológica.” (Widdowson 2004:103). El discurso no se puede aislar de la ideología porque el pensamiento es mediado por relaciones de poder, entonces “la relación entre concepto y objeto y entre significado y significante nunca es estable o fija y con frecuencia es mediada por las relaciones sociales del consumo y la producción.” (Locke 2004:25). Las ideologías de grupos poderosos “estabilizan las convenciones y las naturalizan, es decir, los efectos del poder y la ideología en la producción del significado se ocultan y adquieren formas estables y naturales” (Fairclough y Kress 1993 citado en Wodak y Meyer 2001:3). Esta es la razón por la cual ciertos grupos son privilegiados por encima de otros que aceptan su posición como inevitable. El Análisis Crítico del Discurso (ACD) “interviene del lado de los grupos dominados y oprimidos” (Fairclough y Wodak 1997:259 citado en Wooffitt 2005:139). Los analistas críticos del discurso exploran el rol del discurso en la reproducción de relaciones de poder. Su preocupación es resistir las desigualdades que el discurso mantiene y exponer procesos de dominación (Wooffitt 2005:139). La noción de dominación se define como “el ejercicio del poder social por elites, instituciones o grupos, que resulta en desigualdad social, (...) política, cultural, de clase, étnica, racial y de género” (van Dijk 1993:249 citado en Locke 2004:38). El rol del ACD es penetrar los acuerdos de dominación “establecidos a través del sutil y diario trabajo textual de persuasión, disimulo y manipulación que intenta cambiar las mentes de los demás en virtud de los intereses propios.” (van Dijk 1993:254 citado en Locke 2004:32).

En este contexto, el discurso de los medios se hace prominente ya que es “un sitio de poder” donde el lenguaje es “aparentemente transparente” (Wodak y Meyer 2001:6). Los medios a menudo fingen ser neutrales y reflejar el estado de las cosas desinteresadamente. (Wodak y Meyer 2001:6). Sin embargo, algunos autores señalan “el rol de los medios en la mediación y construcción de la información” (Wodak y Meyer 2001:7). En realidad, es “a través de textos, notablemente (...) de los medios, que se ejerce el control y la dominación social.” (Fairclough 1992:209).

El propósito de este trabajo es llevar a cabo un análisis crítico del discurso de uno de los géneros de los medios, el artículo periodístico. El artículo “*Formerly Arrogant, Utterly Argentine*” será indagado como un ejemplo de la manera en que el discurso de los medios construye opiniones como si fueran parte del sentido común y así naturaliza estereotipos. De hecho, “lo que consideramos sentido común es en gran medida ideológico.” (Fairclough 2001:70 citado en Talbot 2003:14). El sentido común ideológico contribuye a “mantener el status quo” y a “sostener relaciones de poder” (Fairclough 2001:70 citado en Talbot 2003:14). Consecuentemente, ciertas percepciones del mundo

son aceptadas como “la manera en que son las cosas; es decir, se naturalizan.” (Talbot 2003:14). Primero, analizaremos el artículo desde el punto de vista genérico. Luego nos centraremos en el estilo y la retórica. Nos referiremos después a la estructura de bloques más extensos del discurso analizando las figuras retóricas y el uso de citas. Finalmente, discutiremos cómo las partes del texto contraen relaciones co-textuales con otras y con factores contextuales externos. A este nivel, nos enfocaremos en la interdiscursividad. Luego de analizar el texto desde el punto de vista de su producción, nos referiremos a su interpretación. Concluiremos sugiriendo maneras en que el ACD puede desnaturalizar posiciones que se presentan como sentido común y exponerlas como construcciones de la realidad.

Para analizar el artículo desde el punto de vista genérico, seguiremos los aspectos que Bhatia (1993 citado en Paltridge 2006: 98-99) propone, a saber, convenciones textuales, ambientación, propósito y audiencia. En términos de las convenciones textuales, el texto posee la estructura organizacional y los rasgos genéricos típicos de un artículo periodístico. Está dispuesto como es habitual; hay un título: “*Formerly Arrogant, Utterly Argentine*” e información gráfica, una fotografía con una leyenda. La ambientación del texto es *The New York Times*, un periódico norteamericano. El artículo fue escrito por Calvin Sims, un periodista Afro-americano, y publicado en 1998. Su propósito comunicativo es informar y está destinado a una audiencia particular, los lectores del diario, en su mayoría norteamericanos. Al considerar estos aspectos, Van Dijk (1993:270 citado en Wooffitt 2005:142) examina cómo elementos del contexto tales como acceso, ambientación y género le confieren autoridad al texto. Si tenemos en cuenta el acceso, no todos podemos publicar artículos en periódicos. Si pensamos en términos de la ambientación, *The New York Times* es un periódico de gran difusión. Además, considerando el género, éste es un artículo periodístico, lo que significa que puede tener impacto en un gran número de personas. Estos factores establecen la autoridad del texto y la validez del argumento presentado.

Ahora nos enfocaremos en el estilo y la retórica: la elección de tema, palabras, frases y estructura de las oraciones que son “estrategias verbales para convencer a los lectores” (Talbot 2003:14). Este marco propuesto por Talbot (2003:14) para encontrar rastros textuales de la ideología en un texto constituye una heurística para analizar el discurso y será una herramienta para explorar el texto críticamente.

De acuerdo con van Dijk, “la propiedad más obvia que le otorga sentido común al discurso es su significado o sus temas” (1997:168 citado en Talbot 2003:14). Por lo tanto, un punto de partida para este análisis es la elección de tema que hace el periodista. El tema de este artículo son los argentinos, que no están topicalizados neutralmente sino descriptos negativamente. El efecto de esto es probablemente el que se persigue: resaltar la otredad de este grupo nacional, las maneras en que los argentinos son diferentes de los norteamericanos. El texto es tendencioso ya que tiene como objetivo no sólo informar sino también convencer a los lectores que son guiados en cierta dirección interpretativa. El escritor hace elecciones al describir a los argentinos que crean una imagen particular del mundo en los lectores que podrían adquirir una idea distorsionada de la realidad. El mundo se observa a través de los ojos de este periodista.

Este análisis semántico es revelador pero podemos profundizarlo concentrándonos en las elecciones léxicas que el escritor hace para presentar su argumento y así integrar “lo lingüístico con lo no lingüístico, con diferentes formas de pensar” (Gee 2002:13). A nivel de las elecciones léxicas, hay sobrelexicalización, una preocupación obsesiva por describir a los argentinos como arrogantes, la cual comienza en el título, “*Formerly Arrogant, Utterly Argentine*” y se repite con sinónimos a lo largo del artículo. Hay muchas

expresiones difemísticas que describen a los argentinos en términos negativos haciendo declaraciones directas sin mitigadores. Éstos son descriptos, con modificadores categóricos y negativos, como “completamente arrogantes”, y “sin duda el grupo más detestado de América Latina” con “una reputación de altaneros”. Hasta se sugiere que los argentinos son racistas ya que “hacen alarde de su linaje y cultura europeos frente a sus pares latinoamericanos” que tienen sangre indígena, se creen “mejores que otros latinoamericanos” y están “obsesionados con la apariencia”. Además, son presentados como personas con “gran sofisticación y banalidad”, y como una sociedad que “tiende a lo superficial”. Otras palabras con connotaciones negativas que no están necesariamente relacionadas con lo que constituye la identidad nacional se asocian a los argentinos para reforzar esta imagen. Por ejemplo, el artículo reporta que el país consume “cantidades excesivas de carne vacuna y cigarrillos”, tiene “un gran índice de anorexia”, y “la cirugía plástica también es popular”. Además, los argentinos son retratados como inseguros; un indicador de ello es su “gran dependencia de la psicoterapia”. El artículo también incluye ejemplos de “un pasatiempo latino favorito – burlarse de los argentinos”. En una de las bromas citadas, los argentinos son descriptos como “italianos que hablan español y piensan que son británicos”. Si miramos la estructura pronominal del artículo, el autor se refiere a los argentinos usando el pronombre “ellos”. Esto ayuda a establecer barreras entre los argentinos y los norteamericanos a través del lenguaje. El artículo muestra lo que Widdowson (2004:93) llama “investidura ideológica” en la elección de palabras. Él señala que lo que la gente quiere decir queda “marcado por sus elecciones de palabras, pero ya que hay diferentes opciones para elegir (...) Diferentes formulaciones (...) constituyen diferentes representaciones de la realidad” (Widdowson 2004:98). Las elecciones léxicas en este artículo sirven para enfatizar un “ellos” negativamente formulado e, implícitamente, una imagen positiva de los norteamericanos. El periodista está “recubriendo retóricamente” (Gee 2002:131) su propia opinión.

Además de tener en cuenta las elecciones de palabras, podemos examinar la estructura de las proposiciones y oraciones: “la manera en que se plasma el significado sintácticamente” (Talbot 2003:14). A este nivel, analizaremos cómo los sustantivos, verbos y aún el silencio se usan estratégicamente para crear patrones que revelan la agenda del escritor. Aparentemente, hay dos tipos de gramática; “la gramática uno”, la tradicional, y la “gramática dos”, las reglas por las cuales las unidades gramaticales son usadas para crear patrones que indexan “quién hace qué dentro de los Discursos” (Gee 2002:29). Esto significa que los elementos gramaticales se combinan y se correlacionan con elementos no lingüísticos para constituir la identidad del escritor.

En cuanto a los sustantivos, algunas acciones se ubican sintácticamente en una posición no prominente de las oraciones como nominalizaciones, por ejemplo, “la búsqueda de raíces culturales e identidad” y “los deslices económicos”. Estos eventos se presentan como sustantivos en vez de verbos y no hay manera de saber quién participa en ellos. Halliday (1989 citado en Paltridge 2006:15) llama a este fenómeno “metáfora gramatical”. La nominalización nos permite compactar información e insertarla en otra oración. El problema es que “una vez que uno ha compactado la información (...), es difícil conocer exactamente qué información se incluyó.” (Gee 2002:31). Como resultado, las oraciones codifican un proceso sin indicar su agente. En el idioma hay opciones para explicitarlo pero el autor ha preferido no hacerlo.

Al considerar el uso de los verbos, se nos dice que “Cualquiera sea la razón, los argentinos son (...) los más despreciados (...) en América Latina”. Esta construcción también oculta el agente. Podríamos asumir que el agente es otros países latinoamericanos, pero mantenerlo implícito le permite al escritor hacer esta afirmación sin tener que

especificar a quién le disgustan los argentinos. En cuanto al potencial significado ideológico de estas elecciones estructurales, ésta es una manera en la que las personas pueden crear una opinión genérica y desalentar a otros a desafiarlos (Johnstone 2002:12). Además de ser moldeado por lo que se dice, el mundo creado en el discurso – en este caso el estereotipo de los argentinos – es moldeado por lo que no se dice (Johnstone 2002:11). El uso estratégico del silencio en el artículo deja puntos que deben ser inferidos. Parecería que la afirmación que se hace es un hecho y que el agente no necesita ser identificado. Además, el uso del Presente Simple da a la oración el status de hecho categórico. El periodista usa un discurso de autoridad sin mitigadores a pesar de que no parece conocer la razón por la cual los argentinos son despreciados. En el texto hay también verbos modales y matizadores asertivos atenuantes o *hedges*, que construyen las afirmaciones como posibilidades mostrando circunspección periodística, por ejemplo: “la reputación de los argentinos de altaneros *puede* ya no ser merecida”, “*Quizás* un importante indicador de la inseguridad argentina sea su gran dependencia de la psicoterapia”. Estas oraciones están en claro contraste con la afirmación categórica antes mencionada. Sin embargo, esta contradicción de debe a que tanto los verbos modales como los atenuantes le permiten al escritor mitigar su responsabilidad y parecer cauto.

Si consideramos las proposiciones, otra manera en la que el autor trata de persuadir al destinatario de su punto de vista es presentándolo como “conocimiento compartido.” (Talbot 2003:18). El productor del texto presenta afirmaciones como si fueran incontestables haciendo uso retórico de la presuposición lógica; parece asumir que el lector posee cierta información, entonces no ofrece confirmación empírica. Hay importantes presuposiciones en este artículo, por ejemplo, que todos los argentinos son arrogantes (indicada por un adjetivo posesivo: “su arrogancia”), que son inseguros (indicada por un adjetivo posesivo: “sus propias inseguridades”), que todos tienen ascendencia europea (indicada por un posesivo: “su linaje europeo”) y que sus pares latinoamericanos no tienen los mismos linajes (indicada por la subordinada adjetiva: “quienes tienen sangre mixta”). Otra presuposición es que merecían “la reputación de altaneros” (indicada por el artículo definido). Los efectos de esto podrían estar más allá del alcance del lector promedio, quien puede no ser capaz de “realizar la gimnasia mental requerida” (Widdowson 2004:100). De hecho, de acuerdo con Widdowson (2004:100), “la verdadera complejidad de un texto, y por lo tanto de la realidad que éste representa, (...) se encuentra más allá de la capacidad del lector común de descubrirla”. Sin embargo, este análisis revela que los elementos estructurales están “ideológicamente saturados” (Kress 1992:174 citado en Widdowson 2004:100).

Así como las estructuras sintácticas están motivadas retóricamente, también lo están bloques mayores del discurso. A este nivel, analizaremos elementos retóricos tales como la aliteración, el paralelismo, la metáfora, y el uso de citas, por medio de los cuales el escritor construye la posición de que los argentinos son arrogantes como si fuera parte del sentido común. Los periódicos utilizan elementos como la aliteración “para enviar su mensaje. Son más frecuentes en los títulos (...) que tienden a estar repletos de estos elementos expresivos y poéticos. Éstos tienen la función de llamar la atención.” (Talbot 2003:14). Otro elemento retórico usado que implica repetición es el paralelismo. Según Talbot (2003:18), “Los patrones de repetición de la estructura de las proposiciones (...) sirven para la argumentación.” Van Dijk (1991:219 citado en Talbot 2003:18) observa que “el paralelismo y la aliteración parecen tener funciones similares de enfatizar las propiedades negativas de los oponentes.” Ambas figuras retóricas están presentes en el título, “*Formerly Arrogant, Utterly Argentine*”, que contiene estructuras paralelas unidas por medio de la aliteración que llevan a cabo la función de llamar la atención.

Otro elemento retórico utilizado es la metáfora. Como Fairclough (2001:100 citado en Talbot 2003:18) sugiere “Diferentes metáforas implican diferentes maneras de tratar las cosas”. La metáfora usada para referirse a los argentinos es “adoradores del sol”. Ésta tiene connotaciones negativas ya que puede conjurar imágenes de personas demasiado interesadas en la apariencia física. Otra figura retórica usada es la sinécdoque. Los argentinos son descriptos como “las caras pálidas de América Latina”, lo cual hace referencia a su ascendencia y sentimiento de superioridad. Estas figuras retóricas cumplen, una vez más, la función de caracterizarlos negativamente.

Otros elementos retóricos son las citas, que “agregan veracidad a las noticias. Generalmente son las voces de los poderosos las que aparecen en las citas. Las voces, y por lo tanto las perspectivas, de los que no tienen poder raramente se escuchan.” (Talbot 2003:19). Algunos autores se refieren a “estrategias de representación del discurso” que incluyen “reportar, describir, narrar o citar eventos y oraciones” (Wodak y Meyer 2001:27). En particular, las narraciones son “importantes elementos para dar sentido. Las personas con frecuencia cifran en narraciones los problemas que las preocupan” (Gee 2002:134). El texto analizado comienza con una narración y sigue una manera convencional de estructurar el discurso pasando de un ejemplo a una generalización (Johnstone 2002:12). Comienza con la anécdota de que el Presidente Menem llegó tarde a la sesión de fotos de la Cumbre de las Américas. Esto hizo que otros jefes de estado hicieran bromas a cerca de los argentinos y su arrogancia, que son citadas. Luego el artículo continúa haciendo una afirmación general, que los argentinos son arrogantes. Al final de la primera sección del artículo, el escritor estratégicamente lista los méritos de los argentinos sólo para destruirlos más tarde. Se nos dice, por ejemplo, que la Argentina “tiene uno de los índices más altos de alfabetización y estándar de vida en la región. Ha producido novelistas de reconocimiento mundial, científicos nucleares, cirujanos, arquitectos, universidades y centros culturales”. Sin embargo, la segunda sección informa que “ha estado al borde de la grandeza muchas veces, sólo para verla escapársele de las manos”. El escritor advierte que la Argentina solía ser “uno de los 10 países más ricos del mundo”, pero los golpes militares y deslices económicos la hundieron en el caos. Otro evento importante que influyó en cómo los argentinos se ven a sí mismos fue perder la Guerra de Malvinas que, de acuerdo al artículo, los hizo dejar de creerse superiores. Ésta es una de las razones por la cual “la reputación de los argentinos de altaneros puede ya no ser merecida”. El escritor cita a varios expertos externos al periódico que apoyan su posición. El texto está repleto de declaraciones hechas por personas en posiciones de autoridad, por ejemplo, un ministro, un historiador, un analista político, y un economista. Los signos de que estas personas son expertas (la falta de atenuantes, las afirmaciones categóricas, etc.) le confieren autoridad al texto. Por ejemplo, se cita a un historiador, Felipe Noguera, que afirma: “Sabemos que somos capaces, pero nunca hacemos realidad nuestro potencial. Y ahí es cuando la arrogancia entra en juego.” El efecto de esta y otras citas es construir una realidad que se ajusta a la agenda del periodista. No obstante, las declaraciones de estas personas están fuera de contexto y se ajustan al nuevo contexto y a los argumentos del artículo. La última sección irónicamente cierra el artículo citando mitos arraigados en los argentinos publicados en el diario *La Nación*, por ejemplo, “la Argentina tiene las mujeres más lindas del mundo. En Argentina, sólo hay que tirar algunas semillas en el suelo para que crezcan. La Argentina tiene la mejor carne vacuna del mundo. Un argentino puede resolver cualquier problema con gran genio.” Aunque el periodista está citando a otros, el acto de citar no es neutral sino que implica su control de lo que cita así como también de cómo las citas se organizan para conducir al lector en cierta dirección interpretativa.

Aunque éstas sean precisas en su contenido, son ambivalentes porque de alguna manera transforman las palabras y las ajustan a la actitud del periodista.

Las partes del texto contraen relaciones co-textuales internas con otras y con factores contextuales externos (Widdowson 2004:101). En cuanto a las relaciones co-textuales, aparte de los elementos mencionados que permiten que el texto logre cohesión (la organización léxica, la estructura pronominal, etc.), podemos tener en cuenta la conjunción. Cuando consideramos cómo el escritor realiza conexiones entre las oraciones, descubrimos que, como Gee (2002:134) asevera, “Lo que no se conecta es tan importante como lo que se conecta (...) no unir las ideas es un recurso tan significativo como hacerlo”. La heterogeneidad del texto queda reflejada en la estructura conjuntiva en la que la mayoría de las oraciones están yuxtapuestas sin conectores. Por lo tanto, el lector debe establecer las conexiones por su cuenta. Otro aspecto que se puede analizar a nivel de las relaciones co-textuales es el elemento visual que apoya al texto. Acerca de éste, los estudios sobre los medios señalan la importancia de los aspectos no verbales de los textos y la interacción entre lo verbal y lo visual (Wodak y Meyer 2001:8). En este caso, el texto es reforzado por una fotografía que muestra dos personas tomando sol, bebiendo cerveza y fumando. En la leyenda que actúa como elemento intertextual reforzando las ideas del artículo se lee: “Adoradores del sol en una vereda de Buenos Aires”. En cuanto al trabajo interpretativo de la leyenda, ésta sirve como puente entre la imagen y el tema del mensaje y enfatiza la ideología reflejada. De hecho, Barthes (1977:49 citado en Jaworski y Galasinski 2002:638) se refiere al uso del texto escrito para ajustar el significado polisémico de las imágenes como “anclaje”. A veces, el texto “conduce al lector hacia los significados de la imagen, haciéndolo evitar algunos y recibir otros.” (Jaworski y Galasinski 2002:638). En realidad, la manipulación es “una estrategia muy conocida en la comunicación en los medios” (Jarowski y Galasinski 2002:630). Teniendo esto en cuenta, se puede decir que la leyenda está cargada ideológicamente ya que crea una imagen ridiculizante de los argentinos que legitima las afirmaciones en el artículo. No hay un intento por describir la fotografía con precisión sino de involucrar al lector en un juego de palabras manifestado por el carácter aliterativo de la leyenda, e imponer cierta lectura de la imagen.

En cuanto a los factores contextuales externos, todos los textos adquieren significados en el trasfondo de otros textos (Lemke 1992 citado en Paltridge 2006:13). Todos los textos “implícita o explícitamente citan otros textos” y “están, así, en una relación intertextual con otros” (Paltridge 2006:13). Esto ha sido ejemplificado antes cuando se mencionó el patrón de citas del artículo. A este nivel, también podemos considerar la interdiscursividad, “la mezcla de diferentes discursos y géneros” (Fairclough 1992 citado en Sunderland 2004:12). Mientras que el propósito de un artículo periodístico es informar, es difícil leer este texto sin notar que la intención del periodista es presentar su punto de vista subjetivo. Como resultado, se produce el choque de los distintos propósitos de discursos opuestos, es decir, diferentes voces que se contradicen: el discurso periodístico, el narrativo y el persuasivo. Así el artículo se transforma en “heteroglósico” (Gee 2002:25) ya que intercala no sólo diferentes discursos sino también diferentes identidades. La identidad del escritor cambia; habla a veces como periodista (por ejemplo: “BUENOS AIRES, Argentina – En la Cumbre de las Américas en Santiago, Chile, el mes pasado, varios ministros extranjeros de América Latina criticaron al Presidente Carlos Saúl Menem”), y a veces como cuentista (por ejemplo: “Menem bromeó diciendo que su chofer se perdió y que él, el Presidente de Argentina, había tenido que caminar”), como historiador (por ejemplo: “En los años 40, la Argentina, rica en tierras y recursos naturales, era uno de los países más ricos del mundo pero en 1942 una serie de golpes militares (...)”).

la hundieron en 40 años de caos”), como economista (por ejemplo: “El desempleo alcanza un 15 por ciento, pero la inflación ha caído considerablemente”) y hasta como psicólogo (por ejemplo: “Los argentinos hace mucho tiempo que se enorgullecen de su arrogancia, quizás como una manera de encubrir sus inseguridades acerca de su verdadera identidad.”). Esta tensión entre diferentes identidades y discursos muestra que hay argumentación en juego. La estrategia del periodista es alternar su argumento entre lo anecdótico, lo histórico y aún lo económico quizás para reforzar su punto de vista y apealar a una mayor audiencia. De este modo deliberadamente coloca un género dentro de otros. Bhatia (1997 citado en Paltridge 2006:85) llama a esto “incrustación de géneros”, y se refiere a “cuando un género, por ejemplo (...) un artículo periodístico, es usado como otro género convencionalmente distinto.” (Paltridge 2006:85). De hecho, tras los rasgos de un texto informativo, podemos reconocer uno argumentativo. En este sentido, Fairclough (1992:194) sugiere que la heterogeneidad intertextual es típica del periodismo; algunos periódicos son “una hibridización entre el discurso público, escrito y el discurso privado y conversacional.” El análisis intertextual nos ayuda a identificar rasgos textuales sintomáticos de discursos subyacentes para rastrear el significado del texto. Esta identificación de diferentes discursos y géneros en un texto es un ejercicio interpretativo que depende de la sensibilidad del lector. Sobre esto, Gee (2002:23) sostiene que la educación debe brindar “mapas discursivos más grandes y mejores, que reflejen el funcionamiento de los Discursos en la sociedad”

Hasta el momento hemos examinado el texto desde el punto de vista de las estrategias utilizadas en su producción; nos abocaremos ahora a su interpretación. Todos los elementos analizados tienen un impacto en cómo el texto será interpretado. Aunque hay muchas maneras de leer un texto ya que todos los textos originan diversas interpretaciones, los aspectos antes mencionados indudablemente crean una imagen negativa de los argentinos que no necesariamente existe fuera del texto sino que es parte de la voz que escribió el artículo. El autor no encubre su actitud negativa hacia los argentinos. Al contrario, el artículo está cargado ideológicamente. Su propósito es expresar actitudes y opiniones como si éstas formaran parte del sentido común en vez de presentar una explicación racional. En realidad, la construcción de los argentinos como arrogantes es una hipergeneralización y, de acuerdo con Talbot (2003:14), la generalización tiene que ver con los estereotipos. Los elementos en los que nos concentramos se entretajan para producir un estereotipo negativo y podrían predisponer a los lectores a formar ideas erróneas de este grupo nacional. Algunos autores se refieren a estos recursos como “la retórica de la otredad” (Riggins 1997 citado en Talbot 2003:16), es decir, el presentar a otros negativamente y a uno mismo positivamente. En este sentido, este artículo es parte de la “práctica social de comunicar (...) estereotipos.” (Talbot 2003:19) y puede conducir a su reproducción sin sentido crítico. La pregunta es si los lectores podrán revelar el sentido del texto y descubrir lo que significa más allá de lo que dice explícitamente. Según Hodge y Kress (1993:160 citado en Widdowson 2004:102), este tipo de ejercicio mental no es el que “los lectores habitualmente tienen la inclinación o capacidad de hacer.” Aquí es donde el ACD entra en juego para desnaturalizar posiciones presentadas como sentido común y exponerlas como construcciones de la realidad. Al analizar el discurso críticamente, es posible encontrar estructuras lingüísticas de poder en los textos y reconocer los recursos que naturalizan desigualdades. Este enfoque tiene por objeto producir emancipación y “desmitificar los discursos descifrando ideologías” (Wodak y Meyer 2001:10). El ACD también puede ser un recurso importante para “establecer la conciencia crítica del lenguaje (...) en la educación lingüística” (Fairclough 1992: 209). Éste es un enfoque pedagógico para la alfabetización que intenta “propiciar el cambio a través de la comprensión crítica.”

(Locke 2004:38). Es un esfuerzo por ir más allá del texto y exponer la ideología que impide la autorreflexión. Es vital ayudar a las personas a ser conscientes de las ideologías que informan los textos y a ver que lo que se presenta como sentido común es a veces un constructo discursivo.

Al analizar textos desde esta perspectiva, Wodak y Meyer (2001:29) sugieren cuatro niveles de análisis: el cotexto interno del texto; la relación intertextual o interdiscursiva entre textos, géneros, y discursos; el nivel extralingüístico; y los contextos socio-políticos e históricos. Aunque nuestro análisis no fue más allá del tercer nivel, sería interesante tener todos estos niveles en cuenta en investigaciones futuras ya que la evaluación de los resultados desde estos diferentes ángulos minimiza el riesgo de ser parcial. También es importante reconocer que el análisis de este artículo no es más que una sugerencia del potencial identificado para analizar. Sería necesario llevar a cabo una investigación durante más tiempo recolectando varias muestras textuales e información a cerca de su producción e interpretación para lograr mayor validez y fiabilidad.

Finalmente, el ACD enfatiza la necesidad de explorar los textos para revelar el discurso que los habita ya que es en el texto donde el discurso se materializa (Talbot 1995:24 citado en Sunderland 2004:7). De hecho, el texto contiene “rastros lingüísticos de cómo fue producido y claves de cómo puede ser comprendido.” (Talbot 1998:154 citado en Sunderland 2004:7). Debemos tener en cuenta que ciertos discursos son naturalizados por personas que consideran que su posición es “el sentido común en vez de una construcción específica de la realidad.” (Foucault 2001:6 citado en Locke 2004:32). La emancipación tiene lugar cuando estas posiciones son desnaturalizadas y expuestas como construcciones discursivas de la realidad. Concluiremos subrayando que “El mundo no está categorizado de antemano por Dios o la naturaleza (...) Se constituye de una u otra forma a medida que las personas hablan, escriben y argumentan sobre él.” (Potter 1996:98 citado en Sunderland 2004:10).

Referencias bibliográficas

- Fairclough, Norman. (1992). Discourse and text: Linguistic and intertextual analysis within discourse analysis. *Discourse and Society*, vol.3 (2), págs. 193-217.
- Gee, James P. (2002). *An Introduction to Discourse Analysis*. New York: Routledge.
- Jarowski, Adam y Dariuz Galasinski. (2002). The verbal construction of non-verbal behaviour: British Press reports of President Clinton’s grand jury testimony video. *Discourse and Society*, vol.13(5), págs. 629-649.
- Johnstone, Barbara. (2002). *Discourse Analysis*. Oxford: Blackwell Publishing
- Locke, Terry. (2004). *Critical Discourse Analysis*. London: Continuum.
- Paltridge, Brian. (2006). *Discourse Analysis*. London: Continuum.
- Sunderland, Jane. (2004). *Gendered Discourses*. Basingstoke: Palgrave Macmillan.
- Talbot, Mary, Karen Atkinson y David Atkinson. (2003). *Language and Power in the Modern World*. Edinburgh: Edinburgh University.
- Widdowson, Henry G. (2004). *Text, Context, Pretext. Critical issues in discourse analysis*. Oxford: Blackwell Publishing.
- Wodak, Ruth y Michael Meyer. (2001). *Methods of Critical Discourse Analysis*. London: Sage Publications Ltd.
- Wooffitt, Robin. (2005). *Conversation Analysis and Discourse Analysis*. London: Sage.

APÉNDICE

Copyright 1998 The New York Times Company

The World

Formerly Arrogant, Utterly Argentine

By CALVIN SIMS

BUENOS AIRES, Argentina – At the Summit of the Americas in Santiago, Chile, last month, several foreign ministers from Latin American countries derided President Carlos Saúl Menem of Argentina after he arrived late for the official photo session, making 33 other heads of state, including President Clinton, wait.

Menem joked that his driver became lost and that he, the president of Argentina, had to walk. The incident was reason enough for the ministers to engage in a favorite Latin pastime – Argentine bashing.

“Argentines are Italians who speak Spanish who think they are English,” one minister said.

“What is ego?” another asked. “Ego is the little Argentine inside each of us.”

Whatever the reason, Argentines are without a doubt the most disdained group in Latin America. (Menem also raised eyebrows when he decamped early to visit flooded areas of his country.)

Argentines have long taken pride in their arrogance, perhaps as a way of covering their own insecurities about their real identity. They flaunt their European ancestry and culture to their Latin American peers, who have mixed or indigenous blood. New recent social and economic reforms suggest that the Argentine reputation for haughtiness may no longer be deserved. The view was perhaps rooted in a misunderstanding of a people who have historically vacillated between grand sophistication and banality.

Argentina has one of the highest literacy rates and standards of living in the region. It has produced world-class novelists, nuclear scientists, surgeons, architects, universities and cultural centers. And few cities in the world can compare with the nightlife here. Residents do not eat dinner until well after midnight and discos do not open until 2.00 A.M. and close after the sun rises.

THIN and WELL DRESSED

Yet as a society, it tends towards the superficial, which has encouraged many of its most talented citizens to emigrate. As a group, Argentines are obsessed with appearance; they are fashionably thin and well dressed, regardless of income. At the same time, the country, which consumes inordinate amounts of beef and cigarettes, has a high incidence of anorexia. Plastic surgery is also popular among both men and women.

“Argentina has been on the verge of greatness many times, only to see it slip away from us,” said Horacio Ortega, a social historian. “This has had a profound effect on our national psyche. We know we are capable, but we never live up to our potential. And that’s where arrogance comes into play.”

For much of their history, Argentines have thought of themselves as a European outpost because so few of them have mixed blood. They built their country in the style of the homelands of ancestors who emigrated from Europe at the turn of the century. By the 1940s, Argentina, rich in farmland and natural resources, was one of the world’s 10 most affluent countries, but in 1942 a string of military coups and economic missteps sank it into 40 years of chaos.

During the darkest period starting in 1976 – in which military governments killed thousands of dissidents and ruined a robust economy – perhaps the one thing that Argentines could be proud of was their Italian, English and Spanish heritage. They told their children to hold their heads high if for no other reason than they were better than other Latin Americans.



Sun worshippers at a sidewalk in Buenos Aires.

Losing the Falklands War to Britain in 1983 brought major social and economic change in Argentina, especially as far as how many Argentines viewed themselves. Embarrassed by its defeat, the military junta relinquished power to a democratically elected government.

“For decades, Argentines were the pale faces of Latin America, and we thought we were superior to everyone else,” said Felipe A. Noguera, a political analyst. “But after the Falklands War, we were greatly humbled and realized that we were in fact part of Latin America, and most of us stopped pretending to be something else.”

Perhaps a major indicator of Argentine insecurity is the country’s heavy dependence on psychotherapy. The country has the world’s highest concentration of psychologists. Most of them have said that a common theme in their practice is the search for cultural roots and identity.

Since taking office in 1989, Menem has abandoned a policy of isolationism and opened the economy to foreign investment and competition. He has also shifted Argentina’s traditionally antagonistic relationship with the United States to one of almost unconditional support, particularly in foreign policy.

America’s Ally

Menem has often tried to convince Argentines that the recent reforms are returning the country to the first rank of developed nations. But that has been a hard sell to many Argentines who have lost the cradle-to-grave employment and other benefits that were part of the protectionist era. Unemployment is high at 15 per cent, but inflation has dropped sharply to 4 per cent from 5,000 per cent in 1990.

“For the first time in many decades, Argentines are having to compete on a global stage where ancestry doesn’t really matter,” said Raúl Buonoime, an economist. “We realize that we are being judged on our performance, our gross national product, our low inflation, and not on being European.”

Despite its setbacks, the country is one of the most highly developed in Latin America. It also has the highest per capita income. Still, some myths are so ingrained in the Argentine persona that they may never die.

The Argentine daily, *La Nación*, recently published a series of axioms that are commonly believed by most Argentines: “Buenos Aires is the only city in the world that has libraries open all night. Argentina has the best-looking women in the world. In Argentina, you just throw some seeds on the ground and they’ll grow. Argentina has the best beef in the world. An Argentine can solve any problem with great genius.”