

LA PRENSA ESCRITA Y SUS LECTORES

María del Carmen Arce de Blanco

El objetivo de esta comunicación es realizar una aproximación a los procesos de recepción y comprensión de la noticia. Con este propósito comentaré los resultados de una encuesta de actitudes de carácter exploratorio ya que, por la cantidad de encuestados no se considera representativa y haré referencia a un experimento de evocación de la noticia.

Los Medios de Comunicación Social (MCS), el estado, la escuela, las instituciones intermedias interactúan con el resto de la sociedad mediante sus respectivos discursos; al mismo tiempo el contexto social conformado por variedad de personas y organizaciones, determina las significaciones que sus integrantes dan a los acontecimientos, incluyendo las producciones discursivas de los actores sociales. Hay una relación permanente entre texto y contexto, por eso un discurso no sólo debe estudiarse internamente sino también externamente, es decir *dando cuenta del hecho de que el discurso es usado como acción en los procesos de comunicación*, (van Dijk T., 1986: 97-8) en tanto construye las relaciones de solidaridad, igualdad, poder, autoritarismo, cooperación entre los integrantes de una sociedad.

Tanto la **producción** como la **comprensión** de discursos están condicionadas por creencias, deseos, intereses, objetivos, normas y valores de los integrantes de una sociedad, y a la vez esos factores son influenciados por mensajes verbales.

Por lo dicho el análisis del discurso supone abordar el estudio del texto en un contexto comunicativo en el que emisores y receptores, con sus relaciones sociales y situacionales, como también tema, tiempo y

lugar del proceso de comunicación son los componentes más importantes. Esto significa examinar las posibles relaciones entre las estructuras textuales, y los procesos cognitivos de su producción y recepción con el objetivo de tender puentes entre lo verbal, lo cognitivo y lo social. En efecto para describir y explicar las propiedades internas del discurso en sus distintos **niveles y dimensiones**¹ (van Dijk, T., 1992) no puede ignorarse el papel de las condiciones, funciones y circunstancias de su producción y comprensión.

El objetivo de la investigación de la que esta comunicación forma parte es analizar cómo se relaciona la **estructura** de la **noticia** de prensa con los procesos de su **producción y comprensión**, es decir se trata de establecer posibles relaciones entre producción, circulación y consumo. En efecto *poco puede comprenderse de las diferentes propiedades internas del discurso en los niveles semántico-pragmático y estratégico si ignoramos el papel de las condiciones, funciones, efectos y circunstancias de su producción y comprensión* (van Dijk, 1986:113). En este sentido el análisis del discurso debe incluir también el estudio del procesamiento cognitivo, tratar de explicar el conocimiento, las creencias, recuerdos, objetivos e intereses de emisores y receptores (lectores, oyentes o televidentes en el caso de los MCS). Por eso por un lado, se trata de identificar la estructura global de este tipo de textos (la noticia), el esquema formal sobre el que se proyecta el contenido semántico de la información, el tema de la noticia. En lo referente a los procesos de producción, interesa una exploración de las prácticas de producción, selección, jerarquización de los aconteci-

¹ Las dimensiones (estructuras de superficie) tienen los siguientes planos: notacional, morfológico, sintáctico, semántico y pragmático.

Los niveles (relacionados con lo conceptual) son: el superestructural, macroestructural, microestructural, estilístico y retórico.

mientos como noticias y el procesamiento de textos fuente.

Por otro lado la recepción y comprensión se trabaja a partir del supuesto de que el sentido del texto surge a partir de un proceso **reconstructivo activo** (Peronard, M. 1993:225 y sgts.) que debe explicitarse en términos de procesos de la memoria y de representaciones individuales y sociales. En este sentido tanto la construcción como la comprensión de un texto son procesos extremadamente complejos en los que las personas ponen en juego intencionalmente sus competencias comunicativas, conocimientos del tema, del contexto y del mundo. La integración de estos tres componentes: **texto, producción y comprensión** nos aproximará a la forma en que se construye “la realidad social como experiencia colectiva” (Moscovici, S: 1984), es decir cómo se piensa, interpreta y categoriza la vida cotidiana, cómo se apprehenden los acontecimientos a partir de vivencias, experiencias e informaciones provenientes de las tradiciones culturales, de la educación, de la comunicación social incluyendo las opiniones convergentes y divergentes de los miembros del grupo social.

Las actitudes de un grupo de lectores.

Con el objetivo de obtener información acerca de la actitud del público ante los MCS elaboramos una encuesta piloto, de carácter exploratorio de la que se tomó una muestra que aunque no se considera numéricamente representativa y está sujeta a rectificaciones futuras, muestra algunas tendencias que vamos a comentar. Se trata de una aproximación a los procesos de lectura y comprensión de la noticia.

Se solicitaron datos como edad, sexo, estudios, ocupación. Se pidió opinión acerca de las preferencias por los medios de comunicación, la función que cumplen y la que deberían cumplir a criterio de los informantes. Se requirió además información sobre la lectura de los diarios locales y nacionales, como así

también sobre la preferencia de informativos radiales y televisivos. Además se pidió información acerca del tiempo, lugar, estilo y modalidad de lectura. Por último para obtener datos sobre la evocación del contenido de las noticias se solicitó a los informantes que tratasen de recordar las noticias que leyeron en el diario el día que se realizó la encuesta. A continuación analizaremos los datos obtenidos insistiendo en el hecho de que deberemos contrastarlos con nuevas pesquisas aunque esta etapa de la investigación tenga carácter exploratorio.

El ítem 1 solicita los datos personales de los informantes, estudiantes universitarios de ambos sexos, cuya edad oscila entre los 18 y 25 años, todos trabajan (se trata de un muestreo aleatorio).

El ítem 2 tiene la finalidad de establecer un orden jerárquico de preferencias por los MCS. La mayoría de los informantes eligen para informarse primero el diario y en segundo lugar la radio y la televisión. Probablemente estas opciones tengan que ver con el hecho de que, en radio como en televisión, el tratamiento de la información está condicionado por la corta duración, es decir por tiempos muy breves, tanto en producción como en recepción o reconocimiento. Ese tratamiento en la prensa escrita es más elaborado, distanciado y explícito, adecuado al análisis detenido que pueda hacer el lector en solitario². Como alguien ha dicho, sobre todo en la televisión, se sacrifica la profundidad en el altar de la espectacularidad.

El ítem 3 requiere la opinión de los informantes acerca de la **función** que cumplen los MCS. La mayoría de los encuestados (el 65%) opina que los MCS **informan**. Los que respondieron que **forman opinión**, cuando explican sus respuestas, expresan que “dan una imagen de las noticias”, “crean nuevos sentidos en la sociedad”, “hacen shows de los problemas sociales, son sensacionalistas”, “forman opinión por medio de estrategias, crean tendencias”.

² Véase Arce de Blanco, M.C. **La Noticia en la Prensa oral**. En La Oralidad SAL. Págs. 23-31. U.N. Tucumán, 1996

En cuanto al rol que **deberían cumplir** los Medios señalan “informar objetivamente, sin sensacionalismos ni subjetividad”, aunque hay quienes opinan que deberían “criticar”, “denunciar”, “son un poder para denunciar, criticar, expresar”, lo que confirmaría que la sociedad espera que cumplan funciones que corresponden a otras instituciones. En efecto en los últimos tiempos, las denuncias se hacen en los Medios que son para gran parte de la ciudadanía una garantía en la defensa de sus derechos. Para confirmar esto es suficiente una mirada a las Cartas al Director o las llamadas al “34400 lo atiende” en El Ancasti (EA) y al “33560 Línea abierta” en La Unión (LU), escuchar cualquiera de las radios, aún las de frecuencia modulada o ver cualquier noticiero por televisión.

¿Qué **leen, escuchan y ven** nuestros informantes?. El más leído de los diarios locales es EA con un porcentaje del 81%, LU tiene un porcentaje más bajo de lectores: el 19%, solamente un 29% lee diarios nacionales. En este sentido y de acuerdo a investigaciones anteriores podría decirse que el tratamiento del “Caso Morales”, en setiembre de 1990 marca un hito importante en la historia de los dos diarios catamarqueños a tal punto que la preferencia de los lectores por EA ha ido aumentando a lo largo de estos años.

La mayoría de los informantes se interesa por temas de política local, seguido por educativas y temas de política nacional. Un alto porcentaje (el 90%) ve noticieros televisivos nacionales (Telefé, Telenoche, Crónica Noticias) y programas políticos de opinión (Hora Clave, Día D). Si relacionamos esto con el hecho de que los informantes dicen que no escuchan informativos radiales y no ven el noticiero local por televisión, podemos suponer que la información sobre temas locales se obtiene leyendo los diarios. Estos datos confirmarían la hipótesis de algunos estudiosos quienes, al tratar la proximidad geográfica como factor que afecta el establecimiento de la agenda de los medios, conceden a la prensa una mayor capacidad en lo que respecta a temas locales, mientras que la televisión, por su al-

cance, dispondría de mayor capacidad para temas nacionales e internacionales. De todos modos nuestras observaciones confirmarían el supuesto de que los medios son muy dinámicos, están sometidos al cambio y condicionados por muchos factores, entre otros las leyes del mercado. En efecto, las necesidades de los lectores han comenzado a ser tenidas en cuenta en las redacciones de los diarios locales (EA y LU) mediante estudios de mercado que han llevado a hacer cambios como el horario de edición, el cambio de formato del diario LU de sábana a tabloide americano, las fotos en color de EA, por no citar más que aspectos formales ya que otros como la selección, jerarquización y tratamiento de la información difieren en los dos matutinos como lo hemos demostrado en otros trabajos.

Hemos indagado también acerca de la **modalidad o estilo** de lectura. Por lo general la mayoría lee el diario en horas de la mañana, lo que confirmaría no sólo el objetivo de la lectura “estar informado”, “estar actualizado” sino también la importancia de la información actualizada para la conversación cotidiana y la interacción. Sobre todo el “estar informado” o “actualizado” es importante para establecer y mantener el contacto en la comunicación interpersonal; por lo general al comenzar la jornada laboral en los distintos lugares de trabajo se habla acerca de las noticias del día. La información proporciona temas para contar historias, sobre todo cuando se trata de acontecimientos que involucran actores, situaciones, circunstancias conocidas y cercanas a los lectores.

En relación al **tiempo** que los informantes dedican a la lectura del diario, el 38% informa en términos de “mucho”/ “poco” de modo que no se puede cuantificar ya que depende de lo que los evaluativos subjetivos signifiquen para el evaluador. Tampoco es cuantificable la respuesta del 10% que responde “depende de la noticia”. Un 20% dedica ½ hora, un 5% una hora y el 19% no contesta.

En cuanto al **lugar** de lectura, el trabajo con un porcentaje del 24% y el hogar con 33% son los más frecuentes.

En lo que se refiere al **estilo** de lectura es frecuente hojear el diario antes de realizar una lectura **atenta** pero **parcial**, solamente el 19% dice leerlo totalmente. Esto confirmaría el supuesto de que el hecho de hojear el diario permite obtener una información general, este proceso determinaría la decisión de realizar o no una lectura atenta posteriormente. Además la lectura parcial no excluye la atenta, la mayoría de los lectores efectúa una selección previa del ítem que luego leerá atentamente. Lo expresado confirmaría la importancia de la diagramación del diario que resulta de la combinación de dos modos de organización a los que hemos hecho referencia en trabajos anteriores: la **topográfica** es decir la clasificación de las distintas secciones que se llenan con los acontecimientos del día y la **taxonómica**, o sea la presentación, fragmentación y relacionamiento de los espacios en la página (Verón, E. 1987). En efecto la intención de leer el diario, de informarse acerca de un tema condiciona la atención y ejerce control sobre ella. Los lectores identifican por su formato el diario de su preferencia, conocen su diagramación, es decir la distribución de las secciones y la organización general de las informaciones en la página, saben en qué páginas se agrupan las noticias locales, las del interior, el horóscopo, las tiras cómicas, estos conocimientos facilitan la lectura.

Además el resultado de la pesquisa indica que todos los informantes como condición de **inicio de lectura**, prestan atención primero a los titulares, en distintas combinaciones titular y copete, titular y fotografías. En otros trabajos hemos señalado la importancia cognitiva y comunicativa de los paratextos: volanta, titular, copete o resúmenes, fotografías, infografías; especialmente la significación del titular ya que es una versión del contenido informativo más relevante de la noticia. Podría decirse que el titular se presenta como mediador entre los acontecimientos, a los que impone determinadas significaciones, y el lector. En efecto mediante su rápida lectura se obtiene información acerca del tema, lo que facilitará la comprensión del texto completo. Es común la

imagen de personas que se agrupan alrededor de los puestos de diarios y revistas para leer los titulares de tapa como una forma rápida de obtener información acerca de los principales sucesos del día. Por otro lado, aún cuando el titular no sea lo suficientemente denotativo, tiene un "efecto de reconocimiento" (Verón, E.1986), el lector atraído por él recurre a la lectura del copete que por lo general especifica los detalles de tiempo, lugar, situación, participantes, acción o acontecimiento principal. La percepción y clasificación del titular y copete o resumen es una estrategia rápida y efectiva para la identificación y comprensión del ítem informativo, pero además, durante el complejo proceso de comprensión, el lector integra, como dijimos, conocimientos previos, creencias, opiniones, expectativas, contexto de la comunicación, situación social.

Lo dicho confirmaría la posible explicación que puede darse acerca de la estructura de la noticia de prensa: el ordenamiento según el **criterio de relevancia** que supone que la información que la línea editorial considera más importante va primero y facilita una lectura parcial de la misma. En efecto la macroestructura se expresa por medio de títulos o por oraciones resumidoras temáticas **iniciales** en el caso de la noticia de prensa. La lectura del titular y copete posibilita al lector obtener la información más importante lo que no ocurre con otros tipos de textos, un informe científico, una novela o un cuento, por ejemplo, cuyas estructuras condicionan una lectura total.

En último término se pidió a los informantes que evocasen las noticias que habían leído. Solo el 24% de los informantes leyó el diario el día que se tomó la encuesta. Recordaron pocas noticias: temas políticos, policiales, deportivos y un fenómeno natural (un fuerte temblor en Catamarca) y solamente evocaron el acontecimiento principal anunciado en titulares: "El caso Cabezas", "Empató River, Perdió San Lorenzo", "Accidente en Andalgalá", "Terragno cree que todavía puede haber alianza con el FREPASO". Se recuperan pocos detalles como el nombre de los protagonistas

principales, causas que motivan la alianza política, resultados del partido de fútbol. En este contexto rescatamos la importancia cognitiva de las expresiones referenciales definidas singulares, más nombre propio (Lyons, J. 1981, 1997) para identificar a los actores de la noticia: “El Gobernador de la Provincia Dr...”, “El Dr. Víctor Castillo, Secretario de Salud y Acción Social”, “El Intendente de San Fernando del Valle de Catamarca Ingeniero Brizuela del Moral”, “El ex Gobernador de la Provincia Dr. Vicente Saadi”.

Puede decirse que en situación de encuesta los informantes recordaron una sola noticia y únicamente el acontecimiento principal anunciado en titulares o en copetes.

La evocación de las noticias: un experimento

Dijimos que en el marco de esta investigación sobre las noticias es relevante un acercamiento a los procesos de lectura, representación en la memoria y estrategias de recuperación de la información periodística. Con el objetivo de observar qué temas evocan los lectores a partir de la lectura de titulares y copetes de portada realizamos un experimento del que participaron estudiantes ingresantes a la carrera de Licenciatura en Arqueología que realizaban un curso preparatorio y cuya edad oscila entre los 17 y 24 años.

Se tomó el diario LU porque los avances de tapa son más detallados y ese día la información más importante era un cable de agencia (NA) que se reproducía totalmente en tapa, incluía además cuatro titulares con sus respectivos avances. Se anunciaban las siguientes noticias: realización de una nueva asamblea para elegir senadores; complicación del acuerdo de la CGT con los empresarios; desafuero de un legislador; renuncia de la iglesia a los fondos del estado, una información deportiva y dos avisos publicitarios al pie de página. Si se observa la diagramación topográfica se verá

que, tal como lo señalizan la volanta subrayada, el titular en negrita y letras grandes, ocupando el ancho de la página y el informe a tres columnas, la noticia de mayor relevancia es la que anuncia la realización de una nueva asamblea para elegir senadores nacionales por Catamarca. En este caso los hechos que denotan volanta-titular están **condicionalmente**³ relacionados ya que la volanta Harán lugar a las impugnaciones de Saadi y Castillo denota una condición, un punto de referencia para la acción que se menciona en el titular: **Nueva asamblea para elegir a los senadores nacionales**. La relación es entonces causa-consecuencia.

La prueba se efectuó en situación normal de clase. Se pidió a los estudiantes que leyeran la tapa del diario. Después de 20 minutos de lectura se hizo una pausa de 15 minutos para evitar la evocación literal y se solicitó a los informantes que trataran de recordar qué habían leído. Un análisis de los informes escritos indica que la mayoría de los lectores recuperan los temas enunciados en titulares. Parecería confirmarse el supuesto de que el titular y copete actúan como control en la interpretación y repetición de los temas de las noticias. Hay diferentes grados de evocación, algunos sólo recuerdan el contenido del titular, otros recuperan detalles del copete o resumen. Se notan diferencias significativas en la evocación. Se da el caso de un recuerdo muy vago e impreciso: “...algo sobre fútbol que no leí”. Otro lector recuerda una sola noticia de la cual reproduce el acontecimiento, sus causas e identifica a los participantes con sus nombres. Otro informante recuerda el tema, acontecimiento principal, causas y consecuencias de todas las noticias. Se da el caso de un lector que pone en su protocolo los nombres de dos jugadores de fútbol que no están incluidos en la información.

Lo expresado parece confirmar que la “postura cognitiva” frente al texto, es decir el conocimiento previo, las expectativas, la proxi-

³ Cfr. van Dijk (1986): distingue dos clases de condiciones de coherencia semántica: “las que denotan hechos **condicionalmente** relacionados tales como causa-consecuencia y los **funcionalmente** coherentes si las proposiciones funcionan como explicación, ejemplificación, contraste.

midad local, las opiniones, el interés, la ideología son factores que influyen en el proceso de interpretación y retención en la memoria. Cuando los **contenidos son significativos** para el lector, éste les asigna un valor de relevancia personal. En este contexto podría explicarse el hecho de que un estudiante de Córdoba que recuerda la noticia más importante **Realización de una nueva asamblea para elegir senadores** (Cfr. LU 11/3/97, noticia de NA) exprese: “Entre otros diputados (sic) nacionales se encuentra Juan Manuel de la Sota” y que en la encuesta de actitudes ante los MCS, el mismo informante evoque la siguiente información: “Empató Talleres de Córdoba por el Nacional B” y como detalle agrega: “Talleres empató 1 a 1”. Es decir que el aspecto afectivo, los deseos, anhelos también influyen sobre la memorización y el recuerdo. Si bien hay cierta coincidencia entre los valores de los periodistas y sus lectores, el análisis de los contenidos evocados muestra que la jerarquización por **relevancia** efectuada en producción no siempre coincide con la realizada en la etapa de evocación. Las estructuras de relevancia son también subjetivas, se recuerda la información a la que se le asigna algún valor cognitivo, afectivo, social, a esto se suma el mantenimiento de los temas en los MCS, la frecuencia y el énfasis en el tratamiento de los mismos, condicionamientos que explicarían por ejemplo el alto porcentaje (83%) de informantes que recuerda el tema de la asamblea para la elección del senador nacional por Catamarca. También es evocada por el 83% la noticia de la renuncia de la iglesia a los fondos estatales, posiblemente por el lugar importante que tiene la iglesia en las representaciones sociales de los catamarqueños y su relación con aspectos económicos ya que esa decisión comprometería el aporte de los fieles. El triunfo de un equipo de fútbol es evocado por el 75%.

El conocimiento del contexto sociopolítico local y nacional facilita la evocación de expresiones referenciales del tipo “el grupo de los ocho”, “la comisión de asuntos constitucionales de la Cámara de Senadores” proba-

blemente por el contenido descriptivo del núcleo de los sintagmas nominales y de los nombres propios de sus actores: Saadi, Fadel, Castillo.

Otros condicionamientos que operarían sobre la comprensión y evocación serían los estructurales como la relación causa-consecuencia, confróntese al respecto la relación volanta-titular además de la estructura narrativa de la información sobre la nueva asamblea para elegir senador.

A modo de conclusiones

En esta comunicación hemos analizado los resultados de una encuesta de actitudes de lectores ante los MCS y realizado algunas observaciones sobre los procesos de evocación de la información de la prensa escrita. Consideramos que es un primer intento de aproximación a la recepción y comprensión de la noticia.

Creemos que no existe una recepción pasiva y acrítica del mensaje de los MCS. En este contexto nos interesa rescatar algunas expresiones de Umberto Eco (1986:189-90): *...los políticos, los educadores, los científicos de la comunicación creen que para controlar los mass-media es preciso controlar dos momentos de la cadena de comunicación: la fuente y el canal⁴. De esta manera se cree poder controlar el mensaje; por el contrario así solo se controla el mensaje como forma vacía que en su destinación cada cual llenará con los significados que le son sugeridos por la propia situación antropológica, por su propio modelo de cultura. (...)habrá que aplicar en el futuro una solución de guerrilla (...).La batalla por la supervivencia del hombre como ser responsable en la Era de la Comunicación no se gana en el lugar de donde parte la comunicación sino en el lugar a donde llega.*

Al respecto insistimos en la idea de que es productivo pensar la recepción de los MCS como un proceso de construcción intersubjetiva de la realidad. En este sentido, por ejemplo el **criterio de relevancia** al que hicimos referen-

⁴ El énfasis me pertenece.

cia, opera tanto en producción como en recepción, comprensión o consumo, lo que no significa que coincidan. En el caso de esta pesquisa los lectores coinciden en jerarquizar la noticia sobre la realización de una nueva asamblea para elegir senadores por Catamarca. También debe tenerse en cuenta de que el orden semántico del texto de las noticias no está determinado por la estructura condicional de los hechos sino más bien por la coherencia funcional basada en la relevancia: la información más importante aparece en primer lugar y los detalles, causas, consecuencias, componentes, se mencionan después. Sería interesante realizar un estudio para analizar la estructura de las narrativas mediante las que los lectores recuperan la información, es decir si lo hacen según la estructura de los hechos, siguiendo por ejemplo el orden cronológico de los mismos o no.

Tal como lo comprobamos en la encuesta y en el experimento de evocación controlada del contenido informativo de tapa de los matutinos a los que referimos, no siempre la noticia más importante para el diario es también la más importante para los lectores. Esto indicaría que en la evocación el lector jerarquiza la información a la que asigna algún valor cognitivo social o afectivo, es decir que las estructuras de relevancia son subjetivas. En efecto la sociedad no es homogénea, la diversificación cultural es cada vez mayor: (...) *diría que la variabilidad de las interpretaciones es la ley constante de las comunicaciones de masas. Los mensajes parten de las fuentes y llegan a situaciones sociológicas diferentes donde actúan códigos diferentes* (Eco, U., 1986: 188). La recepción es un proceso activo de modo que los lectores de diarios, los radioescuchas, los televidentes negocian significados con los medios tal como lo hacen los participantes en la comunicación interpersonal; aunque en el caso de los MCS hay mayor libertad de interpretación y respuesta, incluso se puede suspender la relación con los medios y no se necesita ninguna excusa, se deja de leer el diario o se apaga la radio o el televisor. Hay más posibilidades de opción que en la comuni-

cación interpersonal en la que se deben respetar ciertas reglas como las de cortesía, por ejemplo. No obstante lo expresado la mayoría opta por mantener la relación con los Medios. Las personas seleccionan lo que desean leer, corren el dial y cambian de radio o hacen zapping armando sus propios programas de televisión. Probablemente esto se deba al hecho de satisfacer distintas necesidades: compañía, placer, conocimiento. El público puede elegir lo que quiere leer, ver o escuchar y esas elecciones pueden ser indicadores culturales.

No obstante lo expresado, los Medios de Comunicación tienen capacidad para establecer la agenda temática, *agenda setting function* (Saperas, E., 1987: 56-87), es decir podrían determinar **en qué piensa** el público, no **qué piensa** ya que no es fácil encontrar articulaciones entre un determinado mensaje y posibles conductas de la gente porque "es una relación complicada, frágil e inestable". En efecto ¿por qué los MCS tematizaron hace algún tiempo el divorcio de Susana Giménez y gran parte del público se interesó por el tema?, no es fácil responder a esta pregunta emotividad, adhesiones, rechazos, identificación con algunos de los protagonistas del caso, espectacularidad en los medios audiovisuales. Saperas (1987:68-69) distingue cuatro tipos de agendas temáticas: una agenda *intrapersonal* (qué piensa una persona y con qué grado de relevancia), la *interpersonal* (comprende el conjunto de temas de actualidad que los individuos suponen de mayor interés para el resto de los individuos, se manifiesta en la actividad dialógica entre los miembros de un grupo de referencia), la agenda de los Medios *agenda setting* y por último la agenda *pública* que comprendería el conjunto de temas que reclama la atención pública durante un tiempo. Surge entonces una pregunta ¿qué capacidad tienen los MCS para determinar la *agenda pública*?. Se advierte la necesidad de articular las **prácticas discursivas** con el conjunto de la formación social, es decir "cómo lo extradiscursivo se integra a las condiciones mismas de posibilidad de constitución de los discursi-

sos" (Foucault, M cit. por Maingueneau, D 1989: 160). Los MCS tienen en nuestras sociedades el derecho, el estatus social de emitir información y hacerla aceptar en función de ese estatus. Esto remite a un complejo sistema de relaciones económicas, jurídicas e institucionales y se relaciona con las **ubicaciones** que emisores y receptores poseen en la estructura de una formación social, por ejemplo la pertenencia a un nivel sociocultural, a un grupo profesional. En las RS o formaciones imaginarias, esas ubicaciones determinan el lugar que cada miembro de la sociedad se asigna a sí mismo y al otro, "la imagen que se hacen de su propia ubicación y de la del otro" (Pêcheux, cit. por Maingueneau, D. 1989: 161-2). Por ahora los MCS tienen una ubicación privilegiada en las RS de la sociedad y sus prácticas discursivas un alto grado de credibilidad.

Lo hasta aquí expuesto son reflexiones que deberán ser contrastadas con el análisis de otros datos a medida que avance la investigación. En este sentido es necesario ampliar el sondeo por encuesta a otros grupos socioculturales y etarios. Es muy probable que haya

diferencias en lo que se refiere al tiempo y estilo de lectura, en efecto un ritmo de vida menos intenso, más disponibilidad de tiempo (siempre escaso para los estudiantes, más aún si se tiene en cuenta que trabajan) y mayor inclinación por la lectura pueden condicionar una lectura más detenida. Por ejemplo hay estudios que demuestran que el promedio de tiempo dedicado a la lectura de los diarios es de una hora en países europeos, en Argentina de 20 minutos y en Brasil de 15, estos datos están relacionados con el hecho de que los sectores medios y altos disponen en Europa de más tiempo personal y de mayor inclinación por la lectura lo que determina en **producción** que la prensa escrita se dedique más al análisis y la profundización de los temas que son tratados superficialmente por los medios electrónicos.

Estas líneas solamente pretenden ser una aproximación a la complejidad de la comunicación social ya que se necesitan análisis que ganen en amplitud y profundidad para llegar a saber de qué manera periodistas y lectores con sus conocimientos, creencias, deseos, expectativas, actitudes e ideologías producen, leen, comprenden y utilizan el discurso.

BIBLIOGRAFIA

ECO, Umberto (1986) **La estrategia de la ilusión**. Ed. Lumen. Ediciones de la Flor. Bs.As.

LYONS, J. (1981) **Lenguaje, Significado y Contexto**. Paidós Comunicación.

MAINGUENEAU, D. (1989) **Introducción a los métodos de análisis del discurso**. Hachette. Bs.As.

MOSCOVICI, Serge (1984) **Psicología Social I y II**. Paidós. Barcelona

PERONARD, M. (1997) **¿Comprensión textual o construcción textual?** Actas del V Congreso Nacional de Lingüística. SAL Mendoza T II.

VAN DIJK, Teun (1986) **Estructuras y Funciones del Discurso**. Siglo XXI ed. México, 3ra. ed.

(1989) **La ciencia del Texto**. Paidós Comunicación. Barcelona

(1990) **La noticia como discurso**. Paidós Comunicaciones. Barcelona

VERÓN, Eliseo (1987) **Construir el acontecimiento**. Ed. Gedisa. Bs.As.