



Revista Signos

ISSN: 0035-0451

revista.signos@ucv.cl

Pontificia Universidad Católica de Valparaíso
Chile

González, Cristian

Los sujetos participantes en los editoriales de la prensa escrita chilena

Revista Signos, vol. 39, núm. 61, 2006, pp. 181-203

Pontificia Universidad Católica de Valparaíso

Valparaíso, Chile

Disponible en: <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=157013766003>

- Cómo citar el artículo
- Número completo
- Más información del artículo
- Página de la revista en redalyc.org

redalyc.org

Sistema de Información Científica

Red de Revistas Científicas de América Latina, el Caribe, España y Portugal

Proyecto académico sin fines de lucro, desarrollado bajo la iniciativa de acceso abierto

Los sujetos participantes en los editoriales de la prensa escrita chilena

Cristian González

Pontificia Universidad Católica de Valparaíso
Chile

Resumen: Toda actividad discursiva implica al menos dos participantes. A cada participante se le puede atribuir, además, una doble identidad, por un lado, una identidad psico-social pre-existente al acto de lenguaje y, por otro, una identidad discursiva que se construye en el acto de lenguaje a partir del texto. Identificar la doble identidad de los participantes de un acto de lenguaje contribuye a la caracterización del género discursivo del que forma parte. En tal sentido, esta investigación tiene por objetivo identificar a los sujetos participantes del género periodístico editorial de prensa. El corpus estuvo constituido por 227 editoriales de 5 diarios chilenos de circulación nacional del mes de septiembre de 2003. Los procedimientos metodológicos se inscriben dentro del análisis del discurso 'semiodiscursivo' (Charaudeau, 2003) que se interesa por la comprensión del sentido social interpretando ciertas estructuras lingüísticas recurrentes en relación con ciertos aspectos de la situación de enunciación. Los resultados muestran cómo la configuración lingüística de los sujetos participantes es un recurso estratégico que está a disposición del sujeto comunicante que, en el caso de los editoriales, sirve al propósito de influir en la opinión pública.

Palabras Clave: Editorial, discurso periodístico, análisis del discurso, enfoque semiodiscursivo.

Recibido:
12-X-2005

Aceptado:
5-I-2006

Correspondencia: Cristian González (cristian.gonzalez@ucv.cl). Tel.: (56-32) 273386 Fax: 273448. Instituto de Literatura y Ciencias del Lenguaje, Pontificia Universidad Católica de Valparaíso. Av. Brasil 2830, piso 9, Valparaíso, Chile.

Participants in editorials of Chilean written press

Abstract: Every discourse activity implies at least two participants. It is possible to attribute a double identity to each participant. On one hand, there is a pre-eminent psycho-social identity which pertains to the act of speech. On the other hand, there is a discourse identity that is constructed when the act of speaking is derived from text. Recognizing the double identities of the participants in an act of speech helps to characterize the discourse genre from which it is formed. The aim of this research is to identify the participating subjects of the editorial newsprint genre. The corpus is composed of 227 publications from five different nationwide Chilean newspapers during September 2003. The methodological procedures are framed within the 'semidiscourse' analysis (Charaudeau, 2003) that is involved with the understanding of the social sense interpreting recurrent linguistic structures in relation to the characteristics of the enunciation. The results show how the linguistic configuration of participating subjects is a strategic resource available to the communicator, which in the case of the editorials, it serves to the purpose of influencing public opinion.

Key Words: Editorial, journalistic discourse, discourse analysis, semiodiscursive approach.

INTRODUCCIÓN

Todo acto de lenguaje es un intercambio, explícito o implícito, con otro interlocutor real o virtual en relación al cual se elabora el discurso. Es decir, tanto el acto monolocutivo como el acto interlocutivo se fundan en un principio de alteridad (Charaudeau, 1995). La manifestación básica de esta interacción es el 'yo' y el 'tú' del intercambio comunicativo en una relación de 'intersubjetividad' (Benveniste, 1966, 1974). Pero, no solo el discurso oral o la conversación son interactivos. Toda enunciación, incluso si no tiene un destinatario explícito, posee una interactividad constitutiva, lo que se conoce como 'dialogismo' en Bajtín (1984), 'principio de pertinencia' en Grice (1979) o 'intención colectiva' en Searle (1991). De igual modo, todo intercambio lingüístico es una co-construcción de sentido, objetivo final de un acto de comunicación. Culioli (1990) destaca, además, el rol activo de ambos participantes en el intercambio lingüístico y los denomina co-enunciadores, entendiendo al co-enunciador como el polo de alteridad necesario en la enunciación.

Lo anterior también es válido en situaciones en que los participantes de un acto de lenguaje pueden ser completamente desconocidos y distantes temporal y espacialmente, como ocurre con las diversas formas de discurso público. Este es el caso del discurso de la prensa donde, por ejemplo, la identidad precisa de quienes leen el diario es desconocida para quien escribe. Por lo tanto, el periodista se ve obligado a anticipar las características de su destinatario para poder elaborar su discurso. Sin embargo, se puede ser más radical en esta idea y señalar que aunque los interlocutores puedan conocerse entre sí y estar frente a frente, ante la imposibilidad de saber con exactitud las creencias, pensamientos y sentimientos del otro, el locutor necesita construir una 'imagen del otro' que oriente su discurso (Perelman & Olbrechts-Tyteca, 1970; Amossy, 2000, 2004).

Si asumimos el fenómeno de la interacción verbal en su complejidad, interpretar un acto de lenguaje no puede hacerse solo a partir de su materialidad textual. Puesto que la situación en la cual se produce, asociada al tipo de práctica discursiva de la que forma parte, son elementos clave para la comprensión del discurso como una unidad de sentido (Maingueneau, 2002; Charaudeau, 2003, 2005; van Dijk, 2006).

El objetivo de este artículo es describir la doble identidad, psico-social y discursiva, de los sujetos participantes en el género editorial de prensa. La investigación se realizó a partir de un corpus de 227 editoriales de diarios chilenos de circulación nacional (El Mercurio, La Nación, La Tercera, Las Últimas Noticias y El Diario Financiero) recolectados durante el mes de septiembre de 2003.

En la primera parte del artículo se presentan algunos aspectos teóricos de la problemática de identificación de los sujetos participantes del discurso en general. Posteriormente, se señalan los procedimientos metodológicos seguidos en esta investigación. Le sigue una descripción de los resultados que dan cuenta de la identidad psico-social y discursiva de los sujetos en los editoriales analizados. Finalmente, en las conclusiones se hace una síntesis de los principales hallazgos y se pone en perspectiva la realización de futuros trabajos.

1. Marco teórico

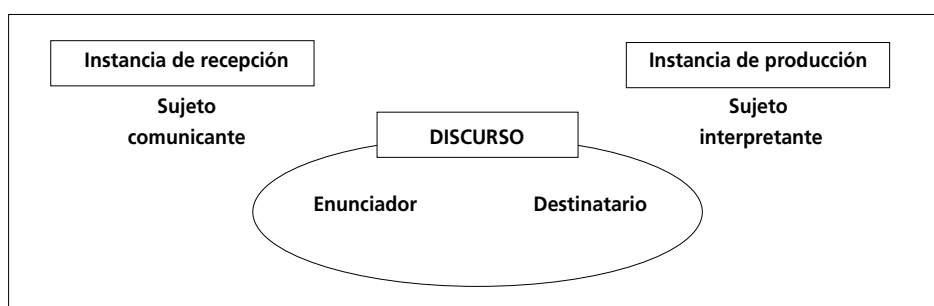
Siguiendo a Charaudeau y Maingueneau (2002), se ha denominado a los dos polos del intercambio verbal 'instancia de producción' e 'instancia de recepción', las que a su vez, pueden ser descritas en un nivel 'externo' e 'interno' al discurso. De modo que, cada una de las instancias posee, por una parte, en un nivel externo al discurso, una identidad psicológica y social que está dada por la situación de comunicación en la que se desarrolla el intercambio lingüístico. Lo que corresponde a la identidad de los 'interlocutores' en tanto seres empíricos que participan de la comunicación. Por otra parte, en un nivel interno al discurso, se puede observar la identidad discursiva de los interlocutores, también denominados 'intra locutores', vistos esencialmente como entidades construidas mediante palabras. Es así como los sujetos en un intercambio verbal poseen una identidad social pre-existente al discurso y una identidad discursiva, construida dentro del discurso a partir del material verbal concreto.

Si nos situamos en el nivel externo de la instancia de enunciación y de la instancia de recepción, podemos identificar, respectivamente, al 'sujeto comunicante' y al 'sujeto interpretante', participantes empíricos del acto de comunicación. En el nivel interno, en cambio, se encuentra el (sujeto) 'enunciador' y el (sujeto) 'destinatario'. Estos últimos construidos por el sujeto comunicante en el acto de enunciación, los que teóricamente podrían ser reconstruidos por el sujeto interpretante. En ese sentido, los intra locutores constituyen una suerte de 'identidad

discursiva' construida por el sujeto comunicante, tanto de sí mismo como de su interlocutor. De modo que la identidad del enunciador y el destinatario quedan en una relación de reciprocidad y cuyas características variarán según los roles que les sean asignados en el texto.

En tal sentido, la existencia de un enunciador y un destinatario son una condición para la existencia misma de un enunciado, aun cuando el enunciado no tenga marcas explícitas de ellos. Esto implica introducirse en la problemática de la subjetividad constitutiva del lenguaje, es decir, enunciador y destinatario siempre están presentes en el enunciado, sin embargo, lo que variará de un enunciado a otro será la forma y grado en que estas entidades discursivas se manifiesten en el texto, el tipo de relación que se produzca entre ellas y la distancia que se dé entre la identidad social y la discursiva de cada uno de los participantes.

En el Esquema 1, presentado a continuación, se ilustran los sujetos del intercambio verbal que se duplican tanto para la instancia de producción como para la instancia de recepción.



Esquema 1. Los sujetos participantes del discurso.

De esta forma, podemos precisar que el sujeto comunicante, consciente o inconscientemente, tratará de construir en su discurso una imagen de sí acorde con la situación de comunicación y una imagen de destinatario donde el lector (sujeto interpretante) pueda identificarse. Para Amossy (2000), esta imagen, construida por el sujeto comunicante, intenta ser un espejo en el cual se espera que el lector pueda reflejarse. En sus palabras, el locutor "tente d'infléchir des opinions et des conduites en lui tendant un miroir dans lequel il prendra plaisir à se contempler" (Amossy, 2000: 57).

Por lo tanto, la identidad de los participantes de un discurso en particular estará determinada por el conjunto de elementos, internos y externos, que forman parte de ese discurso y que contribuyen a la construcción del sentido de un acto de comunicación. Así, la identidad psico-social del sujeto comunicante y sujeto interpretante estará dada por los datos que se puedan obtener de los participantes como los sujetos empíricos. Esta identidad es anterior al acto verbal

y posee cierta independencia de él, sin embargo, es un elemento clave para la comprensión del sentido de un acto de comunicación. En cambio, la identidad discursiva, propiamente tal, se puede apreciar mediante diversas marcas que son parte del proceso de construcción de sentido en un texto. Esta identidad discursiva se puede apreciar, en sus formas más explícitas, en la inscripción de las personas gramaticales o la auto-presentación y la modalización de los actos locutivos. En sus formas más implícitas, la atribución de conocimientos, creencias y valores, que le permiten al sujeto comunicante dar al enunciador y destinatarios el rol que cumplirán en el acto de comunicación.

De este modo, la inscripción de los sujetos discursivos se realiza mediante la manipulación de diversos elementos lingüísticos que le dan forma, lo que manifiesta, en función de las elecciones hechas por el sujeto comunicante, su propia competencia lingüística, la finalidad que se ha propuesto con su discurso, la imagen que desea proyectar y, fundamentalmente, de la imagen previa que se ha formado de su interlocutor (Maingueneau, 1996, 2002; Amossy, 2000; Charaudeau, 2003).

2. Marco metodológico

Los procedimientos metodológicos se inscriben dentro del enfoque de análisis del discurso denominado semiodiscursivo (Charaudeau, 1995, 2005). Este enfoque, desde un posicionamiento empírico-deductivo, se interesa por la comprensión del sentido social interpretando estructuras lingüísticas recurrentes en relación con las características de su situación de enunciación. En consecuencia, el objeto de conocimiento son los comportamientos lingüísticos en función de las condiciones psico-sociales que los regulan y según los tipos de situación de intercambio. En ese sentido, la perspectiva es doble en la medida que se interesa por identificar cuáles son las condiciones que hacen posibles determinados comportamientos lingüísticos y qué comportamientos lingüísticos son posibles a partir de determinadas condiciones psico-sociales (Charaudeau, 1995, 2003). De modo que se estudia el sentido del discurso explorando la relación que se produce entre los datos internos al discurso, su organización textual, y los datos externos, la práctica social y comunicacional en la que se inscribe (Charaudeau, 2004, 2005).

La descripción de las características de los sujetos del discurso editorial se ha hecho en base a las categorías propuestas por Charaudeau (1995, 2003) que fueron descritas anteriormente en el Esquema 1. Para determinar la identidad psico-social de los participantes se han explorado las características de las condiciones de producción de los artículos de la prensa en general y del editorial en particular.

La identidad discursiva, en cambio, se analizó a partir del material verbal, es decir, la exploración de su organización interna y su articulación con las características del editorial en tanto práctica discursiva inscrita en un contexto social determinado. En este nivel se identificaron las

formas recurrentes relativas a la pronominalización y nominación explícita del enunciador o destinatario. Fundamentalmente, hemos analizado la organización enunciativa que nos permite identificar las marcas textuales que evidencian la relación que se establece, en el texto, entre el enunciador con su propio discurso, su interlocutor y el mundo.

En el Cuadro 1, se presenta el corpus de investigación que corresponde a todos los editoriales que aparecieron en 5 de los diarios de circulación nacional más leídos en Chile, recogidos durante el mes de septiembre de 2003¹.

Diario	Textos	Palabras	Promedio
El Mercurio (EM)	94	57.265	609,2
La Tercera (LT)	59	28.190	477,8
Las Últimas Noticias (LUN)	30	9.844	328,1
La Nación (LN)	26	12.783	491,7
El Diario Financiero (EDF)	20	7.453	372,7
Total	227	115.532	455,9

Cuadro 1. Número de textos y total de palabras del corpus.

Los ejemplos que corresponden a citas del corpus se han identificado mediante las iniciales del nombre del diario y el número del día del mes de septiembre de 2003. Así (LN3) refiere al editorial del diario La Nación del 3 de septiembre. En los casos en los que encontramos más de un editorial por diario se les asignó una letra (A, B, C o D) según su ubicación en la página de la parte superior hacia abajo y de izquierda a derecha, de esta forma (EM5A) refiere al editorial de El Mercurio del 5 de septiembre que estaba ubicado en el lado superior izquierdo de la página editorial.

3. Resultados

A continuación nos referiremos a cada uno de los sujetos participantes del género editorial. En la primera parte se describirán los sujetos en el nivel externo al discurso, esto es, los sujetos con identidad psicológica y social (sujeto comunicante y sujeto interpretante) y posteriormente, los intralocutores o sujetos discursivos (enunciador y destinatario).

3.1. Los sujetos con identidad psico-social

3.1.1. El sujeto comunicante: el editorialista

El sujeto comunicante se encuentra en el lado externo de la instancia de producción, corresponde a la persona que escribe el texto, normalmente se le denomina 'editorialista'. De acuerdo con la organización interna de cada diario, el editorialista será alguno de los integrantes del equipo de redacción o incluso puede ser el propio director. Por ejemplo, el director de La Tercera, Cristián Bofill, señaló que todas las tardes, después de las reuniones con los encargados de las diferentes secciones, se reunía con el o los jefes de redacción y con ellos se definía el tema, el enfoque que se le iba a dar y quién se encargaría de redactarlo (Bofill, 2005). Lo que concuerda con lo que frecuentemente se señala en los manuales de periodismo, donde se explica que el editorial es escrito por alguno de los miembros del 'equipo editorial' que, regularmente está formado por las personas con mayores responsabilidades en las diferentes secciones del diario (Voirol, 2001). Sin embargo, el rasgo más importante del editorial, al menos en Chile, es que no van firmados, es decir, la identidad de quien escribe queda en anonimato, precisamente para que cumpla el rol de ser la voz de la empresa periodística en relación con la actualidad nacional. En tales términos su identidad psico-social queda implícita, no obstante, es la empresa periodística en su conjunto la que asume la responsabilidad de su contenido.

3.1.2. El sujeto interpretante: el colectivo de habitantes

El sujeto interpretante es el lector efectivo que se encuentra en el lado externo de la instancia de recepción, cuya identidad también es desconocida, en este caso porque es imposible saber con precisión quiénes compran el diario y, mucho menos, quiénes leen el editorial o cualquiera de los textos que componen un diario. Esto no es posible, al menos en el dispositivo tradicional de papel. Sin embargo, podemos decir, de manera general, que cada diario tiene su público, en el sentido de que necesitan definir un público objetivo, lo que ciertamente es un imperativo de orden económico. De este público pre-existente al discurso solo se conocen algunos antecedentes observables mediante estudios de lectoría. Estos estudios normalmente son realizados por empresas externas al medio, los que presentan al público como una entidad abstracta, más bien una imagen estadística de lectores por grupos sociales, segmentos de edades y localización geográfica. Esta información se constituye en uno de los antecedentes de la identidad social del lector, lo que alimenta a las empresas periodísticas para la formación de la imagen de su lector.

En relación con el sujeto interpretante, de los estudios de lectoría podemos extraer, básicamente, información sobre dos aspectos: la cantidad de lectores de un diario y los grupos socioeconómicos a los que pertenecen. El Gráfico 1 ilustra un estudio de 5 diarios nacionales

realizado entre julio y diciembre del año 2003 acerca de la distribución de lectores de los diarios matutinos (SVCL, 2003). De este estudio se desprende que el diario más leído es El Mercurio con un 30,7%, le sigue Las Últimas Noticias con un 23,0%, y La Tercera y La Cuarta, ambos con un 22,6%. Mucho más baja es la lectoría de el diario La Nación que solo tiene el 1,1%².

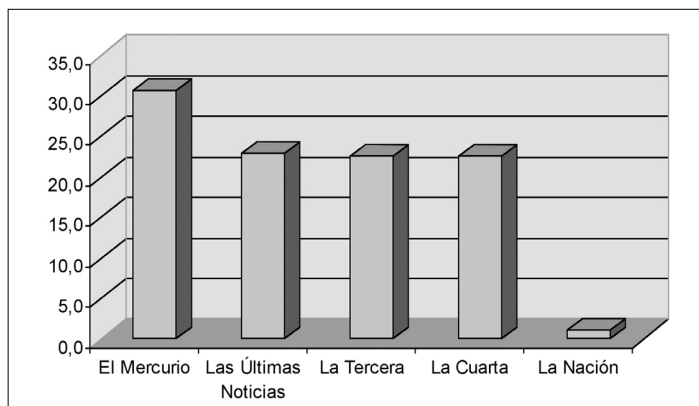


Gráfico 1. Lectoría de diarios nacionales, julio-diciembre 2003 (SVCL, 2003).

En relación con los estudios de lectoría por nivel socio-económico (NSE)³, en el Gráfico 2 se pueden apreciar los indicadores de lectoría por semana, durante el año 2002.

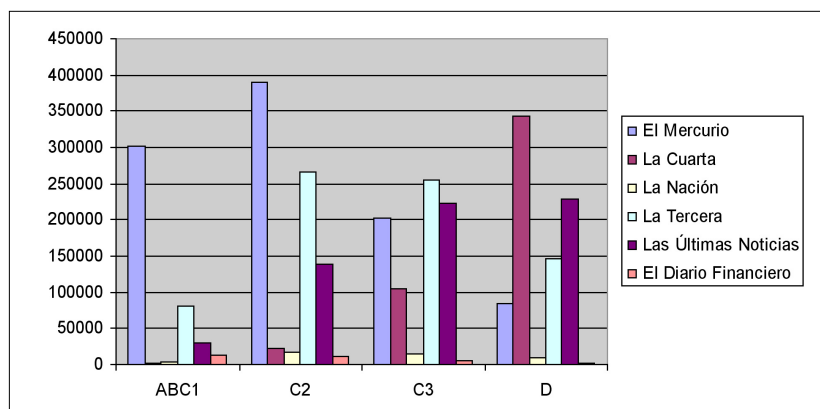


Gráfico 2. Lectoría por nivel socio-económico, adaptado de Vergara (2002).

Si analizamos el número estimado de lectores, en el NSE ABC1 se ubica, en primer lugar, El Mercurio con 302.100 lectores semanales, seguido, considerablemente más atrás, por La Tercera 81.400. En el caso del NSE C2 el mayor número de lectores lo concentra, también, El Mercurio con 389.600 lectores seguido por La Tercera y Las Últimas Noticias con 266.000 y 137.900 lectores semanales, respectivamente. En el caso del NSE C3, en primer lugar se ubica La Tercera con 245.600 lectores, seguido de Las Últimas Noticias y El Mercurio con 223.400 y 202.100 lectores semanales, respectivamente. Por último, en el caso del NSE D, en primer lugar se ubica La Cuarta, con 342.800, le siguen Las Últimas Noticias y La Tercera con 228.000 y 147.100 lectores semanales, respectivamente.

Adicionalmente, debemos mencionar que los diarios El Mercurio y Las Últimas Noticias pertenecen a la misma empresa, el grupo Edwards, y los diarios La Tercera y La Cuarta pertenecen al Consorcio Periodístico S.A. (COPESA). Ambas empresas elaboran dos productos informativos que, en relación con la cantidad de lectores por NSE, se distribuyen entre los lectores de manera complementaria, es decir, uno de los productos tiende a ser leído por los grupos de NSE alto y otro por los de NSE bajo. Sin embargo, no podemos definir que los lectores de un diario en particular pertenezcan todos al mismo grupo social.

De este modo, enfrentando la dificultad de definir con certeza las características efectivas de los lectores, hemos denominado a la parte externa de la instancia de recepción de los editoriales como 'colectivo de habitantes', en el sentido de que solo podemos referirnos a ellos como las personas que potencialmente acceden al diario, ya que se encuentran (habitan) en el ámbito de circulación que tiene el diario. Debemos tomar en cuenta que además existe un factor geográfico asociado al tipo de dispositivo. Los diarios tienen un ámbito restringido de circulación, lo que se constituye en una restricción básica del discurso de la prensa. En tal sentido, los editoriales están dirigidos a un 'colectivo de habitantes' que se encuentra dentro de determinados límites geográficos. Esta idea de la limitación geográfica del público de los medios se refuerza con el antecedente de que la mayor parte de la publicidad que vehiculan los diarios corresponde a empresas cuyo ámbito de operación está dentro de las fronteras nacionales.

3.2. Los sujetos discursivos

3.2.1. El sujeto enunciador: el ciudadano portavoz de la opinión pública

En el lado interno de la instancia de producción se encuentra el 'sujeto enunciador', que corresponde a la identidad discursiva que, de manera más o menos consciente, el editorialista construye de sí mismo en el discurso, lo que quedará explícito o implícito en la materialidad textual. En primer lugar, si tomamos en cuenta que el editorial es un comentario de un

acontecimiento ocurrido en el espacio público, podríamos esperar que los enunciados fueran asumidos por una persona individual, o sea, estuvieran marcados por un 'yo' explícito. Sin embargo, en los 227 textos que componen el corpus, no encontramos marcas lingüísticas que pudieran ser atribuidas a un enunciador en primera persona singular. Ahora bien, por tratarse de un discurso que representa al medio, podríamos esperar que el enunciador se expresara en una primera persona plural con un valor semántico que identifique a la empresa periodística, pero esto tampoco ocurrió. Lo que encontramos fue un notable predominio de la forma de enunciación impersonal. Esto se desprende de un análisis que se realizó en un sub-corpus de 50 editoriales⁴, donde se exploró la modalidad enunciativa de los 'actos locutivos' (Charau-deau, 1992). De los 815 actos locutivos observados, el 95,2% de los casos los enunciados se realizaron en una modalidad delocutiva, modalidad que se caracteriza por el hecho de que el locutor deja que el contenido enunciativo se imponga en tanto tal, como si él no tuviera responsabilidad sobre lo dicho. Solo el 4,8% fue en forma allocutiva, que se caracteriza por el hecho de que el locutor implica a su interlocutor en su acto de enunciación y le impone el contenido de su discurso, esto es, la interacción de los interlocutores por medio de actos locutivos de 'pregunta', 'advertencia' o 'sugerencia'. En cambio, ningún acto locutivo se expresó en la modalidad elocutiva, modalidad donde el locutor sitúa el contenido de su enunciado con relación a él mismo, revelando su propia posición frente a lo que dice. Lo anterior refleja una ausencia total de enunciados marcados por el compromiso del editorialista como sujeto enunciador. Por tanto, podemos decir que, desde una perspectiva formal, uno de los rasgos más frecuentes del discurso editorial es la búsqueda de un efecto de objetividad mediante la eliminación de las marcas del enunciador.

Este predominio de aserciones impersonales o discurso referido nos sugiere un intento sistemático del editorialista por eliminar las marcas que lo sitúan como enunciador responsable de su discurso. Esta 'toma de distancia' se produce a pesar de que el editorial se reconoce como un comentario donde se expresan las ideas (subjetivas) mediante la calificación y la valoración de los hechos de que se ocupa. De modo que su configuración lingüística tiende a eliminar las marcas de la presencia del enunciador, al menos las marcas formales, y tiende a reducir al mínimo las marcas explícitas tanto de la interacción con el lector, como de compromiso con el contenido del texto.

No obstante el predominio de la enunciación impersonal, hemos observado que el editorialista se sitúa como un representante de un colectivo por medio de la construcción de un 'nosotros inclusivo', cuyo valor semántico, como veremos, relacionamos con la ciudadanía puesto que representa a un grupo mucho más amplio que el que podríamos identificar como la voz de los directores del diario o de la empresa periodística. Con el 'nosotros inclusivo' el editorialista involucra al lector, de modo que, en algunos casos, el destinatario aparece explícitamente como co-enunciador discursivo y en otros, como parte de un mismo 'colectivo ciudadano'

con lo cual busca producir un efecto de amplificación de su representatividad. Este 'colectivo ciudadano' está formado por el conjunto de individuos que participan con derechos políticos en la organización del Estado, como el derecho a sufragio o a ocupar cargos públicos:

- (1) "Los chilenos estamos realizando grandes esfuerzos para curar las viejas heridas y para consolidar entre nosotros la cultura de la libertad" (LN7).
- (2) "No necesitamos que se dicten nuevas leyes, que es lo primero que se le ocurre a algunos líderes, sino aplicar con estrictez aquellas que ya existen" (LT3).
- (3) "Veremos entonces lo de siempre: vándalos actuando a diestra y siniestra y unos pocos detenidos que luego de la comprobación de domicilio quedarán en libertad" (LUN4).
- (4) "Pero tenemos que hacernos cargo de nuestra historia, incluidos los capítulos más oscuros y dramáticos, porque de ello depende que saquemos lecciones valederas" (LN11).

En los ejemplos que siguen (5), (6) y (7), el enunciador 'ciudadano' adopta una posición más abstracta como enunciador 'supranacional' donde toma la palabra para intentar representar a un 'colectivo humano universal'.

- (5) "Nos separan ideas políticas, lenguas, códigos culturales, creencias religiosas, formas de ver la vida, diferencias económicas" (LUN8).
- (6) "Dejémonos llevar por nuestro ímpetu, porque siempre el destino nos volverá de golpe a la realidad" (LUN11).
- (7) "La regla de oro de la vida en democracia es que todos debemos respetar la Constitución y las leyes" (LN7).

Otra forma de reconocer al enunciador, esta vez no marcado por la persona gramatical, es mediante actos delocutivos (Charaudeau, 1992) en los cuales el enunciador pretende interpretar y representar los deseos y derechos de la opinión pública. Podemos observar en (8), (9) y (10) que no se trata de un discurso referido, sino más bien de una búsqueda de identificación con la opinión pública.

- (8) "Con sorpresa la opinión pública se enteró recientemente de que el hotel Carrera será vendido al Ministerio de Relaciones Exteriores, que lo destinará como sede de la Cancillería" (LUN7).

(9) "De allí que la opinión pública espere de las instituciones intervinientes en su selección y designación el máximo esfuerzo por discernir cuáles sean los más idóneos profesionales para ocupar esos cargos" (EM4A).

(10) "Este esfuerzo que el país ha realizado debería ser valorado por los profesores y obligarlos a actuar con responsabilidad frente a la ciudadanía, la que está dispuesta a aceptar demandas razonables, pero rechaza aquellas que desconocen la realidad nacional" (EM5A).

Otro elemento que nos permite apreciar la identidad del enunciador se desprende de la configuración del 'nosotros ciudadano', a partir de los adjetivos posesivos de primera persona plural, por ejemplo, 'nuestra historia' o 'nuestra economía':

(11) "Complica, porque el transcurso del tiempo no ha dado paso a una interpretación común de nuestra historia ni tampoco al suficiente consenso como para privilegiar la mirada de futuro más que el análisis del pasado" (EDF1).

(12) "A los dirigentes de la DC les ha resultado difícil concurrir a estos actos, y por buenas razones, pues fueron enconados adversarios suyos y lo acusaron de haber arrastrado al país a una crisis gravísima, que, en su momento, no dudaron en calificar como la más seria de toda nuestra historia" (EM3A).

(13) "En su discurso con ocasión de la firma de los tratados de libre comercio con Chile y Singapur, el miércoles último, el Presidente de Estados Unidos, George W. Bush, destacó las fortalezas de nuestra economía" (LT5A).

Asimismo, otro aspecto de la identidad del enunciador se puede apreciar en (14) y (15) donde el editorialista adopta la posición de experto en materias económicas. En (16) esta postura se manifiesta claramente en el uso del lenguaje especializado y en el hecho de que realiza actos delocutivos de 'apreciación' de carácter técnico que dejan ver su conocimiento acerca de aspectos específicos de las políticas públicas en los diferentes ámbitos que aborda (conocimiento de leyes, programas sociales, etc.).

(14) "Las esperanzas están puestas en las estables condiciones del mercado que se anticipan para el segundo semestre, con una bolsa más activa y atractiva para invertir, que ya registra una rentabilidad sobre el 30% y que hace prever a los analistas que los resultados de las compañías se mantendrá constante en la segunda mitad del año" (EDF2).

(15) "Si un tribunal de esta especie ha de servir bien a los propósitos para los cuales fue concebido, la ponderación de los argumentos económicos y legales que estén en juego

debe hacerse con gran apoyo en conocimientos teóricos y una sólida robustez de los datos empíricos aportados al caso. Los temas por resolver son, en general, muy complejos, y los fallos requieren delicados análisis por los miembros del tribunal” (EM6A).

(16) “Esto se debe, en gran parte, a que la discusión se ha centrado en consideraciones políticas, no técnicas: faltan un diagnóstico acabado de las dinámicas institucionales o factores que provocan tales descoordinaciones, y una propuesta detallada sobre una nueva fórmula institucional -más allá de un mero cambio de dependencias- para resolver los problemas delictivos. Estos elementos permitirían abandonar la información casuística, la intuición y los prejuicios políticos como bases del debate” (EM7A).

En todos los casos que hemos visto anteriormente, sea un enunciador supranacional o experto, su identidad discursiva está marcada por su identificación con un colectivo nacional ciudadano al cual pretende representar. En tal sentido, hemos definido que el enunciador que caracteriza al editorial es el ‘ciudadano portavoz de la opinión pública’ que se expresa discursivamente como representante de la ciudadanía.

A partir del análisis de la enunciación se observa que el editorial posee un tipo de escritura que tiende fuertemente a la neutralidad enunciativa, aunque en él se despliegan comentarios que comprometen al diario frente a un tema en particular y se establece un cierto tipo de interacción con los lectores.

Si bien es cierto, el discurso de la prensa, en general, tiende a la neutralidad enunciativa, en los discursos de comentario, con frecuencia, el locutor se presenta como responsable de su enunciado. Esta característica del género editorial la podemos apreciar claramente, por ejemplo, en el hecho de que el director de un medio puede elegir el género columna de opinión y no editorial para referirse a los asuntos que atañen directamente al diario, como lo hemos observado en el segmento que sigue que es una cita extraída de una columna de opinión firmada por el director del diario La Nación:

“Quienes asumimos el proyecto de LND nos planteamos desde un principio que su rol era pararse desde la otra vereda de la prensa dominante para observar la realidad. Investigamos, informamos, revelamos y, por supuesto, también entretenemos. Creemos que la orientación elegida por nuestro anterior director sigue siendo la que debemos mantener y, en lo posible, enriquecer. Sabemos que somos de la preferencia de un público mayoritariamente de sensibilidad concertacionista, pero también crítico; contamos con lectores de mente abierta y hambrienta por saber desde los grandes temas, hasta las nimiedades que unidas van perfilando la sociedad y el mundo que los rodea” (Walker, 2004: 15).

Es importante destacar que en la cita anterior el valor semántico del 'nosotros' refiere claramente a quienes trabajan en el diario, es decir, corresponde a un 'nosotros exclusivo', que no involucra al interlocutor. De igual manera, podemos observar que, con frecuencia, en las columnas de opinión aparece un enunciador en primera persona. En la cita que presentamos a continuación es relevante, ya que su autor, ha tenido a su cargo el escribir con frecuencia editoriales del diario El Mercurio:

"De tanto pensar por mi cuenta y examinar el presente y el pasado "en su mérito" —como dicen algunos—, me he quedado casi solo. Cuesta mucho encontrar a alguien que todavía no haya sido objeto del aseo cerebral masivo. Uno de los más activos en llevarlo a cabo ha sido nuestro actual Presidente, que de tanto lavar cerebros ajenos ha terminado por lavarse el propio" (Pérez de Arce, 2005).

Los editoriales analizados tienen un estilo regular de enunciación que se caracteriza, entre otros aspectos, por el uso del 'nosotros inclusivo' y por el intento sistemático de borrar las marcas tanto personales como institucionales, a fin de que el enunciador aparezca como representante de un colectivo de ciudadanos y portavoz de la opinión pública.

3.2.2. El sujeto destinatario: el 'ciudadano' y la 'elite'

En el lado interno de la instancia de recepción encontramos al destinatario. En primer lugar, podemos señalar que a partir de las características del dispositivo de la prensa, podríamos pensar que el contenido de un diario está dirigido a cualquiera que esté en condiciones de leer, es decir, a un conjunto indeterminado de personas dotadas de habilidades mínimas (competencia lingüística y cultural) que le permitiera decodificar las ideas propuestas por el diario. Sin embargo, existen una serie de factores, tanto de orden lingüístico como derivados de la situación de comunicación, que nos permiten ir reduciendo esa indeterminación y precisando ciertos rasgos del destinatario.

Es importante destacar que en los editoriales no encontramos marcas gramaticales del destinatario, es decir, no hay marcas formales que señalen una segunda persona, ni un 'tú' ni un 'ustedes', tampoco interpelación directa (señor lector, a nuestros lectores, etc.) que nos permita identificar de forma explícita al destinatario de un editorial. Sin embargo, como lo hemos señalado en apartado anterior, en el discurso editorial se configura sistemáticamente un 'nosotros inclusivo' cuyo valor semántico es un 'colectivo ciudadano', es decir, un nosotros que vincula al enunciador y destinatario como miembros de un mismo grupo.

Pero el destinatario del discurso editorial no es una figura unitaria, el editorialista desdobra su discurso para, al mismo tiempo, llegar a dos tipos de destinatarios: los 'ciudadanos' y

dentro de ese grupo a una 'elite'. Los 'ciudadanos' se configuran como personas atentas a la contingencia política relacionada con el funcionamiento de las instituciones del Estado. Estos ciudadanos, en muchos casos, son el telón de fondo donde se busca la identificación, ya que es en nombre de la ciudadanía que se habla. La 'elite', por su parte, está constituida por los gobernantes y los grupos económicos que participan directamente de la organización del Estado. A continuación describiremos este doble destinatario.

3.2.2.1. El destinatario 'ciudadano'

Como hemos adelantado, el editorialista se construye una identidad discursiva de ciudadano representante de la opinión pública, donde desaparece el 'yo' individual y el 'nosotros empresa periodística', pero predomina un 'nosotros ciudadano'. Esta búsqueda de identificación con el ciudadano le permite asumir el rol de fiscalizador de las acciones del poder público. En esos términos, el ciudadano es el principal destinatario de los editoriales. Corresponde a la figura del ciudadano culto e informado que se interesa por el funcionamiento de los poderes del Estado y la democracia. En tanto se identifica a los ciudadanos con la opinión pública, se le hace participar como co-enunciador. Por lo tanto, el 'ciudadano' queda configurado al interior de un 'nosotros ciudadano', a quienes se espera tener como aliados frente a la tarea de fiscalización de las autoridades públicas.

A partir de las marcas de alocución se pueden apreciar algunas características de la identidad del destinatario. Por ejemplo, cuando se le hace participar en el discurso donde se le involucra por medio de 'preguntas', 'advertencias', 'juicios' o 'sugerencias'. Del mismo modo, se puede observar al destinatario, cuando el enunciador busca la identificación con él, en tanto, miembros de un mismo colectivo ciudadano. Algunos ejemplos ilustran estas características:

(17) "Los chilenos estamos realizando grandes esfuerzos para curar las viejas heridas" (LN7).

(18) "Junto a ello, estamos trabajando para materializar las enormes oportunidades que hoy se abren para el progreso nacional" (LN7).

(19) "En este sentido, es enorme el desafío que enfrenta el Ministerio del Interior, hacia donde se dirigen lógicamente los ojos de los ciudadanos en busca de resultados" (LN29).

Del mismo modo, las 'preguntas' son un recurso de implicación usado con frecuencia. Una pregunta por definición es un alocutivo, ya que cuando se hace una pregunta se espera que el interlocutor reaccione a la demanda de información, aunque no esté en condiciones de responder explícitamente como puede ser en una conversación cara a cara. Así, la pregunta se realiza a quién se estima está en condiciones de anticipar en algún grado la respuesta, la

demanda de información (o de acción) tiene que estar al alcance de las personas a quien se dirige, de otro modo no tendrían el efecto esperado de atraer la atención y el interés del lector. De modo que las preguntas, según la temática en la que se inscribe y el grado de dificultad, tienen un destinatario con rasgos más específicos con relación a sus conocimientos, aptitudes e intereses. Los ejemplos que siguen suponen un lector atento a la problemática delictual que afecta al país y que conoce los sistemas de seguridad que han sido implementados para combatirla:

(20) "Se trata de enfrentar una región en donde se produce el 50% de las causas criminales del país, con la mayor concentración de causas y en donde la administración de justicia no goza de alentadores niveles de credibilidad y prestigio. ¿Hay razones para estar preocupados?" (LT1A).

(21) "Tanto la percepción de la población como las estadísticas del gobierno –que dieron cuenta de un aumento del 30% en los robos con violencia en el primer trimestre de 2003– confirman que la seguridad ciudadana continúa en franco retroceso. ¿Falta de recursos, deficiente coordinación policial, una mezcla de ambos?" (LT6A).

(22) "Cabe, además, una pregunta: ¿Habría propuesto el Ejecutivo ese plan de no ser por el oscuro panorama delictual que se le venía encima con este último informe?" (LT10A).

(23) "Pero, ¿hace cuánto tiempo que algunos sectores vienen abogando por darle urgencia al proyecto de ley que hará penalmente imputables a los menores de 18 años y mayores de 14, responsables del 50% de los hechos de violencia, de acuerdo con estadísticas de Carabineros?" (LT10A).

De igual forma los actos de lenguaje que expresan 'advertencia' interpelan al destinatario, como observamos en (24) y (25):

(24) "Ese es el sistema que crea las condiciones para el ejercicio de las libertades. Ese es el marco que permite discrepar civilizadamente. No podemos volver a olvidarlo" (LN11).

(25) "No podemos borrar el pasado, pero sí podemos definir el futuro que queremos para Chile. Necesitamos proteger la paz" (LN11).

De igual modo, en los ejemplos (26) y (27) el editorialista asigna a los ciudadanos un rol activo en la organización social y les propone identificarse con el rol de fiscalizadores de la gestión del gobierno:

(26) “Lo que corresponde es que la comunidad colabore con la policía en la tarea de fortalecer la seguridad ciudadana, defender el orden público, cautelar los bienes públicos y privados, proteger en definitiva las bases de la convivencia en libertad que tanto nos costó recuperar” (LN3).

(27) “La tarea de la seguridad ciudadana abarca desde luego a todos los poderes del Estado y a la comunidad en general” (LT10A).

De acuerdo a lo que hemos presentado, el destinatario del discurso editorial se manifiesta como el ciudadano interesado y atento a la contingencia política, bien informado y que tiene un rol activo en la organización social, principalmente como fiscalizador de la gestión pública, al cual se le estimula con preguntas, se le advierte y se le sugieren comportamientos tendientes al reforzamiento del poder civil.

3.2.2.2. El destinatario ‘elite’

Consideramos que el editorial está dirigido a la ‘elite’ cuando, en el discurso, se le asigna a la ciudadanía un rol pasivo y se le presenta como víctima, perdiendo su calidad de interlocutor. Si tomamos en cuenta que en el discurso editorial la interacción entre los sujetos discursivos se realiza mediante un ‘nosotros inclusivo’, cuando en el contenido del discurso se le asigna a la ciudadanía un rol distinto al asumido por el enunciador, se produce un distanciamiento entre el enunciador y la ciudadanía, con lo cual surge otro destinatario, un grupo más reducido entre los ciudadanos que reconocemos como la ‘elite’.

En la ‘elite’, que por definición es el grupo económico, político o intelectual que dirige una sociedad (Pareto, 1980), incluimos a las autoridades públicas de las diversas instituciones del Estado, especialistas disciplinares y grupos que tienen el poder económico. En general, la ‘elite’ está constituida por quienes ejercen influencia en una determinada área de la sociedad, principalmente en el ámbito de la economía, la justicia y la política partidista.

En estos casos, la ciudadanía, en oposición a la elite, ocupa un rol social en el cual se le atribuyen características que la hacen vulnerable. La ciudadanía se afecta por la acción de terceros, puede ser engañada o manipulada, en muchos casos se le presenta como víctima del poder político, como se puede apreciar en las citas siguientes:

(28) “Sería lamentable que los grupos agresivos creyeran que tienen vía libre para hacer de las suyas, y que los ciudadanos comunes sintieran que se encuentran en la indefensión ante las agresiones” (LN3).

(29) “La inseguridad personal sigue encabezando las preocupaciones ciudadanas, y el cre-

cimiento en un 57,07 por ciento de los asaltos en el segundo trimestre de este año parece dar fundamento a la inquietud" (LUN10).

(30) "En tal sentido, cabe preguntarse si esta medida resultará suficiente para modificar, en la práctica, el costoso e ineficiente esquema antidelictual que mantiene el país. O, por el contrario, se trata sólo de un cambio dirigido a provocar un efecto inmediato en la opinión ciudadana, aunque en el fondo se mantenga intacta la organización actual. A decir de expertos en seguridad pública, tal como está planteado el decreto supremo, más bien habría que esperar esto último" (SLT3).

En otros casos, por la distancia que asume el enunciador respecto de la ciudadanía, podemos apreciar que se transforma en el objeto del discurso. Por ejemplo, en (31) el editorialista se posiciona como un experto que evalúa el esquema antidelictual propuesto por el gobierno, responsabilizando a las autoridades por su ineficiencia en el combate contra la delincuencia, donde la ciudadanía es quien se afecta por la buena o mala gestión de los gobernantes.

(31) "La experiencia demuestra que en este campo no puede darse tregua a los delincuentes, porque el costo de revertir su avance es altísimo, y lo paga toda la sociedad. Sin una política coherente de largo plazo, la inseguridad ciudadana no se batirá en retirada" (LT10A).

En (32) y (33) el editorialista también evalúa al gobierno y advierte que la ciudadanía está en riesgo debido a la mala gestión de las autoridades, en ese sentido opone el gobierno a los ciudadanos y el editorialista se posiciona como defensor de los intereses de la ciudadanía:

(32) "Sin embargo, en este cronograma existe un grave escollo que amenaza con atornillar en dirección contraria: la insistencia política de hacer anuncios inmediatos para tranquilizar a la ciudadanía sin que exista detrás de estos avisos ningún estudio que avale su efectividad" (LT18A).

(33) "Veremos entonces lo de siempre: vándalos actuando a diestra y siniestra y unos pocos detenidos que luego de la comprobación de domicilio quedarán en libertad. En fin, algo parecido a la impunidad. Y en la ciudadanía, una sensación amarga de desamparo y desprotección" (LUN4).

Cuando el editorialista se posiciona como experto, se enviste de autoridad para evaluar una situación, criticar, prevenir y asignar responsabilidades. En estos casos, establece una relación de mayor verticalidad con un destinatario que puede ser otro experto, al que invita a compartir sus análisis y evaluaciones. De modo que, el 'nosotros' convoca a un número reducido de entre

los ciudadanos, los que cumplen el rol de protector o defensor de los intereses nacionales, estableciendo un diálogo con las figuras públicas que administran el poder público.

Por último, también podemos hacer mención a otros grupos de personas que no participan en calidad de sujetos discursivos. En los editoriales se observa un juego permanente de inclusión y exclusión que reafirma la idea de un destinatario ciudadano y el destinatario elite. Por ejemplo, en los editoriales se configura a un tercer colectivo que podemos denominar de manera general como los 'antisociales', los que no participan del intercambio verbal, pero que, sin embargo, refuerzan la identidad de los participantes efectivos. Este grupo no es interpelado directamente y se le asigna, generalmente, el papel agresor que atenta contra los valores que identifican a la sociedad. Entre los antisociales encontramos a los delincuentes, los corruptos, y otros grupos denominados negativamente, todos los que atentarían contra el orden social:

(34) "Lo que aquí tenemos son grupos de adolescentes y jóvenes que no reconocen compromiso alguno con la comunidad en que viven, que sienten que la violencia es una forma de hacer sentir su presencia" (LN3).

(35) "El país tiene que aprender a defenderse mejor de los tramposos" (LN8).

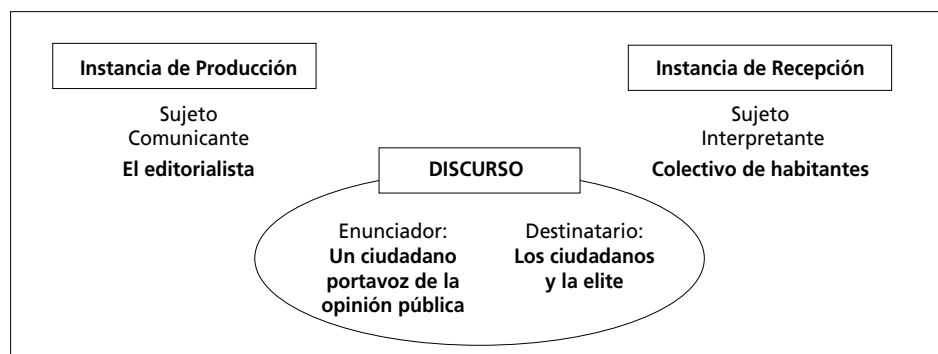
(36) "Aunque políticamente incorrecto para muchos sectores, la represión por parte de las policías sigue siendo indispensable para efectos de disuadir a los delincuentes" (LT10A).

(37) "Se ha acogido favorablemente este paso, en la esperanza de que contrarreste la creciente delincuencia. Por cierto, todos los sectores deberían apoyar las iniciativas eficaces que puedan surgir de esta coordinación, pero no sería realista sobredimensionar las expectativas" (EM7A).

También dentro de los excluidos del discurso editorial encontramos otro grupo que destaca, más bien por su ausencia. En este grupo, que representa un segmento más débil de la sociedad civil, encontramos a los niños, los jóvenes, los pobres, la población cuando se le presenta en forma masiva en oposición a los ciudadanos, generalmente mediante la utilización de un 'no-sotros' que involucra a la ciudadanía, pero que deja fuera, de manera más o menos explícita, a los sectores que jamás son objeto de una interpelación y permanentemente tienen un rol pasivo en la descripción de las acciones en las que aparecen.

CONCLUSIONES

A modo de síntesis, en el Esquema 2 se han integrado los diversos aspectos analizados donde se presentan los sujetos participantes del discurso editorial en su doble identidad.



Esquema 2. Los sujetos del discurso editorial.

En la instancia de producción podemos definir que el sujeto comunicante es el editorialista, representante institucional cuya identidad se desprende de las características del diario. El editorialista estratégicamente construye en su discurso su propia identidad, de modo que el sujeto enunciador del editorial se presenta como un ciudadano que asume la representación de la opinión pública. Asimismo, en la instancia de recepción, en el lado externo, hemos observado que el lector del editorial forma parte de un 'colectivo de habitantes', quienes poseen una identidad social variada, visible de manera parcial mediante procedimientos estadísticos. En el lado interno del discurso, el destinatario es un 'colectivo ciudadano' constituido por las personas con derechos políticos y cuyos miembros están habilitados para participar de la organización del Estado, es decir, emitir un voto u ocupar cargos públicos.

A su vez, dentro de este 'colectivo ciudadano', podemos interpretar que el discurso editorial se desdobra para llegar, por un lado, al 'ciudadano' y, por el otro, a la 'elite'. Hemos caracterizado, de manera general, al 'ciudadano' como el lector atento a la contingencia política relacionada con el funcionamiento de las instituciones del Estado. Por su parte, la 'elite' está constituida por los gobernantes y los grupos económicos que participan efectivamente en la organización del Estado.

En tales términos, podemos señalar que la característica más notoria del conjunto de editoriales que hemos estudiado es que el destinatario es convocado por un discurso dirigido al interior de un grupo. El 'nosotros inclusivo' que caracteriza al editorial posee un carácter reflexivo, en el sentido de que el enunciador intenta reflejarse en su destinatario, o al revés, el enunciador propone una imagen de él mismo con la que se espera que el destinatario se sienta identificado, por el hecho de compartir los valores y juicios que se le presentan.

La construcción de un 'nosotros' le permite al editorialista aparecer como representante de la opinión pública y, por esa vía, dar sustento a su rol fiscalizador de la gestión de las autoridades y de defensor de los intereses del grupo al que representa. Se trata de una voz que toma la palabra por los ciudadanos que piensan y fiscalizan la labor de los distintos actores públicos: el presidente, ministros, jueces, senadores, diputados, dirigentes del fútbol o representantes gremiales, etc.

En tal sentido se puede concluir, a partir del corpus analizado, que el editorial de prensa en Chile se presenta como un diálogo entre ciudadanos. Lo que interpretamos como una práctica que busca legitimar los derechos e intereses de los grupos a quienes se dirige y por esa vía se transforma en un instrumento de influencia social. Tomando en cuenta las diversas formas y grados en que se pueden manifestar los sujetos discursivos, podemos afirmar que su configuración lingüística en un discurso es un recurso estratégico que está a disposición del sujeto comunicante. En tal sentido su configuración en el material lingüístico estará determinada solo en parte por las restricciones que impone la situación de comunicación en la cual se realiza una práctica discursiva y de las características de los sujetos empíricos que participan en él.

Por último, podemos afirmar que el editorial posee, en relación con los participantes, rasgos lingüísticos específicos, aunque ciertamente no exclusivos, que marcan la identidad lingüística del género y su función social. Esta característica revela el carácter estratégico de su organización verbal y un aspecto clave del rol que tiene un editorial como instrumento de participación social de la empresa periodística. Ciertamente, es necesario profundizar y comparar estos resultados con otros estudios específicos de otros géneros periodísticos, así como la realización de un estudio que explore más a fondo la variación entre los diversos diarios estudiados.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Amossy, R. (2000). *L'argumentation dans le discours: Discours politique, littérature d'idées, fiction*. Paris: Nathan.
- Amossy, R. (2004). *Stéréotypes et clichés*. Paris: Nathan.
- Bajtín, M. (1984). *Estética de la creación verbal*. México: Siglo XXI.
- Benveniste, E. (1966). *Problèmes de linguistique général I*. Paris: Gallimard.
- Benveniste, E. (1974). *Problèmes de linguistique général II*. Paris: Gallimard.
- Bofill, C. (2005). *Periodismo en año de elecciones*. Acto de inauguración del año académico de la carrera de periodismo de la Pontificia Universidad Católica de Valparaíso, abril de 2005.
- Charaudeau, P. (1992). *Grammaire du sens et de l'expression*. Paris: Hachette.

- Charaudeau, P. (1995). Une analyse semiolinguistique du discours. *Langages*, 117, 96-111.
- Charaudeau, P. (2003). *El discurso de la información. La construcción del espejo social*. Barcelona: Gedisa.
- Charaudeau, P. (2005). *Les médias et l'information: L'impossible transparence du discours*. Paris: De Boec.
- Charaudeau, P. & Maingueneau, D. (2002). *Dictionnaire d'analyse du discours*. Paris: Seuil.
- Culioli, A. (1990). *Pour une linguistique de l'nonciation: Opérations et représentations*. Paris: Ophrys.
- Grice, H. (1979). Logique et conversation. *Communications*, 30, 57-72.
- Maingueneau, D. (1996). *Les Termes clés de l'analyse du discours*. Paris: Le Seuil.
- Maingueneau, D. (2002). *Analyser les textes de communication*. Paris: Nathan.
- Pareto, V. (1980). *Forma y equilibrio sociales: Extracto del tratado de sociología general*. Madrid: Alianza.
- Perelman, C. & Olbrechts-Tyteca, L. (1970). *Traité de l'argumentation. La nouvelle rhétorique*. Bruxelles: Editions de l'université de Bruxelles.
- Pérez de Arce, H. (2005, 13 de julio). El Mercurio, cuerpo A, página 3, Santiago.
- Searle, J. (1991). L'intentionnalité collective. En H. Parret (Ed.), *La communauté en paroles* (pp. 227-243). Liège: Mardaga.
- SVCL (2003) Sistema de Verificación de Circulación y Lectoría [en línea]. Disponible en <http://www.anp.cl>
- van Dijk, T. (2006). Discurso y manipulación. *Revista Signos*, 39(60), 49-74.
- Vergara, E. (2002). *El desarrollo de la prensa y de los diarios gratuitos en Chile y su impacto en la inversión publicitaria, contexto general y principales indicadores*. Santiago: Universidad Diego Portales.
- Voirol, M. (2001). *Guide de la rédaction*. Paris: CFPJ.
- Walker, J. (2004, 5 de agosto). La verdadera Nación. Diario La Nación. Santiago.

NOTAS

¹ Uno de los diarios nacionales de mayor circulación en Chile, La Cuarta, no fue incluido ya que no publica artículo editorial.

² En este estudio citado de (SVCL, 2003) no existen datos para El Diario Financiero y hemos incluido La Cuarta ya que es un diario de un volumen de venta considerable.

³ El término Nivel Socio-Económico (NSE) se refiere a un atributo del hogar compartido por todos sus miembros. Clasifica a la población en grupos homogéneos en los siguientes estratos: AB-clase alta, C1-media alta, C2-media típica, C3-media baja, D1-baja superior, D2-baja inferior, E-marginal.

⁴ Se trabajó con un corpus más reducido para abordar algunos aspectos específicos de la modalidad de enunciación. Este sub-corpus de 50 editoriales fue construido con los 10 primeros editoriales del mes de septiembre de cada uno de los cinco diarios estudiados.