

EL DISCURSO GUBERNAMENTAL Y NO GUBERNAMENTAL DE LA PROPAGANDA DEL SIDA: UN ENFOQUE PRAGMÁTICO -DISCURSIVO

Salvio Martín Menéndez

Universidad Nacional de Mar del Plata - Universidad de Buenos Aires

1. Introducción

La presente investigación se centra en el relevo de las diferentes estrategias discursivas que los hablantes utilizan cuando deben opinar acerca de la publicidad sobre un tema socialmente conflictivo como es el SIDA.

La hipótesis general que se sostiene es que el uso de determinadas estrategias discursivas o de diferentes recursos que componen estrategias similares permite rastrear los condicionamientos socio-cognitivos que los hablantes tienen en relación con la enfermedad y sus representaciones sociales. Uno de los modos de construir esas representaciones es, justamente, la propaganda que se hace acerca de ella y que la gente directa e indirectamente reproduce en sus discursos como argumentos para validar la opinión que tienen sobre el SIDA.

En primer lugar, esbozaremos el marco general en que esta investigación se inscribe: el análisis pragmático del discurso (Menéndez 1995,1997). Luego analizaremos las estrategias de las respuestas más representativas que se obtuvieron cuando se entrevistó a diferentes personas y se les pidió su opinión sobre una publicidad sobre el tema. Por último, sacaremos las conclusiones pertinentes.

2. Estrategias discursivas: principio metodológico del análisis pragmático del discurso.

El análisis pragmático del discurso (Menéndez 1995) se propone, desde una perspectiva pragmática (Verschueren 1995), reconstruir las estrategias discursivas que los hablantes, en tanto sujetos discursivos, ponen en funcionamiento cuando producen sus propios discursos. Inscripto en la pragmática discursiva, ha definido su unidad de análisis básica, el discurso, en relación con las dos que la complementan y completan: la interacción y la serie discursiva.

El principio metodológico que permite llevarlo a cabo es la reconstrucción, por parte del analista, de las estrategias discursivas que los hablantes, en tanto sujetos discursivos, utilizan con el fin de obtener o tratar de obtener una comunicación efectiva. Este sujeto discursivo, en su intento comunicativo, produce su discurso a partir de la utilización de los recursos que le proveen los diferentes códigos que utiliza. La combinación de estos recursos es la que le permitirá conformar *estrategias discursivas*. Dar cuenta de cómo se conforman y qué efectos logran las estrategias discursivas es tarea del analista del discurso.

El concepto de estrategia discursiva tiene dos vinculaciones evidentes. Por un lado, con la sociolingüística interaccional de base antropológica desarrollada por Gumperz (1982) y continuada --parcialmente, puesto que los supuestos y los alcances no son exactamente los mismos-- por Brown y Levinson (1987). Por el otro, con la lingüística cognitiva, que ha desarrollado modelos estratégicos en relación, en especial, con el proceso de comprensión discursiva. Un desarrollo fundamental se encuentra en van Dijk y Kintsch (1983).

La sociolingüística interaccional (Gumperz 1982) es un campo interdisciplinario que se propone dar cuenta, fundamentalmente, de la conducta real que los usuarios de una lengua determinada desarrollan en situaciones comunicativas cara a cara. Este enfoque es sociolingüístico, no cuantitativo e interaccional y se centra en el intercambio conversacional en el que dos o más personas participan, en los distintos grados de conocimientos que comparten, en cómo los distribuyen y en qué significación y posibilidad de generalización tienen. Se basa en una teoría social que rechaza la separación del lenguaje de su contexto social; se centra en las estrategias que gobiernan el uso que los actores sociales hacen de su conocimiento léxico, gramatical y sociolingüístico, entre otros, para la producción e interpretación de mensajes en contexto (Gumperz 1982:35).

Si bien trabaja a partir de las intenciones que los hablantes tienen y las inferencias que llevan a cabo durante el transcurso de una interacción, la sociolingüística interaccional nunca logra definir con precisión cómo éstas se producen. A pesar de que su tópico central son las estrategias discursivas, nunca logra proveer una definición operativa de ellas. Sin duda, subyace la idea de una planificación dada no sólo por medios lingüísticos. Pero, explícitamente, no dice mucho más. Sus análisis permiten inferir que las estrategias son el modo de planificar que tiene el hablante cuando participa en una actividad discursiva determinada.

Brown y Levinson (1987), trabajando dentro de este enfoque, logran construir un modelo más elaborado y estructurado. Su propuesta pretende completar el modelo de Grice (1975) a partir de explicar los motivos y el funcionamiento de la cortesía como uno de los principios universales que gobiernan las lenguas en tanto instrumentos de comunicación dentro de las relaciones sociales. La comunicación, para ellos, supone la reconstrucción de las intenciones comunicativas de los hablantes. Esta reconstrucción inferencial supone un marco comunicativo racional. Depende del uso lógico y racional de estrategias porque éstas permiten explicar la combinación de usos tan diversos como el kinésico, el prosódico y el comunicativo (Brown y Levinson 1987:56). Esto los lleva a identificar la construcción del mensaje, es decir, el lugar de intersección en el que se logra el significado total de la interacción, como el dato adecuado para el análisis estratégico del uso del lenguaje. Es, entonces, particularmente importante destacar el hecho de que dar cuenta de las estrategias les permite analizar relaciones entre lenguaje y sociedad. El análisis interaccional es, por lo tanto, estratégico.

Hay, en Brown y Levinson una necesidad teórico-metodológica de diferenciar entre estrategia y recurso pero no siempre en los análisis específicos lo logran porque nunca definen con precisión qué es una estrategia, qué es un recurso y cómo ambos se relacionan efectivamente. En resumen: una estrategia es, para ellos, una planificación que el hablante usa como un medio para lograr un fin comunicativo determinado.

Van Dijk y Kinstch (1983), desde una perspectiva socio-cognitiva, presentan un enfoque discursivo de la comprensión en términos estratégicos para identificar el conjunto de estrategias que los hablantes utilizan cuando se forman representaciones en los distintos niveles involucrados en la comprensión y en la memoria. En lugar de un clásico modelo estructural, se trabaja con un modelo estratégico. El procesamiento de la información, por lo tanto, se basa en las estrategias discursivas que condensan información textual y contextual. Esto permite que no sólo se procese la intención del productor de un determinado texto sino también el o los significados que son relevantes para el oyente en función de sus propios intereses.

Intuitivamente, una estrategia es la idea que un agente tiene acerca de la mejor manera posible de actuar con el fin de obtener un logro. Una estrategia es, entonces, la

representación global de los medios para lograr determinados fines. Una estrategia es, simplemente, una instrucción global para cada una de las elecciones necesarias que deben efectuarse en el curso de una acción. Por ejemplo: “Elegir el vuelo más rápido, seguro y barato para llegar a X lugar”.

Las estrategias determinan qué opciones se llevan a cabo entre los posibles movimientos para que el objetivo que un agente pretende lograr sea realizado de manera óptima. Una de las propiedades fundamentales de las estrategias es que no son independientes. En conclusión, las estrategias son de naturaleza cognitiva. Operan sobre información representada cognitivamente y actualizada a partir de la memoria a largo plazo. La información cultural y social se adquiere a través de los procesos de aprendizaje (conocimiento general) o como representaciones de situaciones sociales reales.

Las estrategias discursivas son, hemos dicho, el principio metodológico del análisis pragmático del discurso de acuerdo con nuestra caracterización. Comprender un discurso es, entonces, operar sobre la planificación de las acciones (discursivas) que los sujetos intentan llevar a cabo. Por esta razón, la interpretación depende de esa comprensión que supone una adecuada descripción y explicación de recursos.

Podemos caracterizar una estrategia discursiva, en relación con el fin de la comprensión e interpretación pragmática, como un plan programado para la ejecución de una secuencia de pasos con el objeto de lograr un resultado final óptimo en relación con los otros usuarios de la lengua. Las estrategias discursivas son representaciones globales de los medios que utilizamos para obtener determinado fin; son, en definitiva, modos particulares de combinar recursos para lograr una finalidad de la manera más eficaz posible.

Es importante destacar cómo operan los recursos que conforman las estrategias discursivas. De esto dependerá su posibilidad de análisis discursivo. Entendemos por recursos, básicamente, las marcas de los diferentes códigos que interactúan en la constitución de una estrategia discursiva. Estos recursos son de dos tipos, básicamente:

- a) *gramaticales*: inscriptos en el texto a partir de distintas marcas léxico-gramaticales;
- b) *pragmático-discursivos*: inscriptos en el sujeto discursivo, en la situación comunicativa y en la serie discursiva.

A su vez, dentro de los recursos pragmático-discursivos reconocemos:

b.1) *pragmático-verbales*: son los que tienen una relación directa, por su naturaleza, con los aspectos verbales del discurso pero no están directamente inscriptos en la gramática ya que dependen del sujeto discursivo y de su situación comunicativa. Por ejemplo: las fuerzas ilocucionarias;

b.2) *pragmático-no verbales*: son los que tienen una relación directa por su naturaleza con los aspectos no verbales del discurso que dependen del sujeto discursivo en la situación comunicativa de la serie que se elige analizar. Tienen, además, un amplio alcance. Por ejemplo: los recursos proxémicos en la oralidad, los diferentes tipos de diseño gráfico en la escritura.

Una estrategia discursiva, entonces, se compone de una combinación de, por lo menos, un recurso gramatical y uno pragmático-discursivo. No es necesario que sea solamente una relación uno a uno, pero no puede dejar de haber uno de cada uno de los tipos mencionados.

Explicar el funcionamiento de esta combinación de recursos es dar cuenta de una planificación discursiva particular. Luego de explicar esa planificación, es posible llevar a cabo una interpretación discursiva de una serie específica en un contexto determinado.

3. Corpus y análisis

Para nuestro análisis, tomaremos como punto de partida un conjunto de entrevistas llevadas a cabo en la ciudad de Buenos Aires sobre una publicidad sobre el tema SIDA. La publicidad es la denominada SER HUMANO y fue realizada en conjunto por el Consejo Publicitario Argentino y la Fundación Huésped.

La publicidad está organizada sobre la yuxtaposición de una serie de construcciones verboidales de infinitivo que dan las características esperables y no esperables de los potenciales portadores de la enfermedad. Destacado sobre las construcciones, en negrita, aparecen las siguientes frases: PARA CONTRAER SIDA BASTA CON SER HUMANO y SEA HUMANO CON QUIENES LO PADECEN.

El discurso de la propaganda que se toma como punto de partida para el análisis de las respuestas de los entrevistados permite focalizar diferentes aspectos de la relación de los receptores con la enfermedad. Estos aspectos están marcados, justamente, por las dos frases destacadas que suponen dos clases de seres humanos diferentes.

En la primera, PARA CONTRAER SIDA, BASTA CON SER HUMANO, el proceso (Halliday 1985) *contraer* asigna un rol de beneficiario, elidido en la construcción, con los rasgos [+afectado,+ser biológico]. En este sentido, la fuerza ilocucionaria (Austin 1962) es [+afirmativa] y lo que se afirma es, justamente, que es suficiente *ser humano* para poder contraer el SIDA. Este *humano* actúa como un rol inherente dentro de una cláusula de relación en la que no es sino un atributo de lo designado por el verbo. Focalizar esta interpretación de la propaganda permite construir un discurso sobre la prevención que puede --y veremos, luego, cómo-- devenir discriminatorio

En la segunda, SEA HUMANO CON QUIENES LO PADECEN, la fuerza ilocucionaria de la frase [+imperativa] impide una interpretación en términos de los rasgos anteriormente mencionados. Esa orden se centra no en la característica biológica de la especie sino en una característica que puede subcategorizarse como [+afectado, +ser moral]. Parafraseable en términos de *humanícese*, la dimensión que instala es otra. El proceso deja de establecer una mera relación para convertirse en un verbo de conducta. Este sentido de la propaganda focaliza la prevención y permite la interpretación en función de ella.

Analizaremos, para mostrar lo dicho, la siguiente estrategia: *Reproducción de la ambigüedad del discurso de la propaganda SER HUMANO*.

De las doscientas cincuenta entrevistas que componen el total del *corpus*, hemos seleccionado dos que consideramos entre las más representativas en función de la estrategia por analizar. Por lo tanto, el entrevistado (E, de aquí en más) hablará de la enfermedad relacionándola directamente con la propaganda que tiene en la mano cuando produce su discurso.

De acuerdo con las características que describimos en la propaganda dos grupos

pueden detectarse:

1. *Grupo A*: focaliza el tópico no-discriminación a partir de la interpretación de la frase de la propaganda SEA HUMANO CON QUIENES LO PADECEN.

2. *Grupo B*: focaliza el tópico prevención y, en función de él, se torna discriminatorio a partir de la interpretación de la frase de la propaganda PARA CONTRAER SIDA, BASTA CON SER HUMANO.

1. Grupo A

Tomamos con ejemplo puntual el siguiente fragmento:

E: Es para todos / *es* una enfermedad que *aBarca* / y no te *mira* a Raza color de piel/ no *mira* nada [...] no es para Perros y Gatos/ *es* una enfermedad que *ataca* a todos // ESO *es* (Sexo femenino, 27 años)

Las pausas permiten segmentar en cláusulas que a continuación presentamos con las marcas cohesivas correspondientes:

Cuadro 1

1	<El sida> es para todos
2	<El sida> es una enfermedad
2.1.	que abarca <a todos>
3	<El sida> no, no te mira a raza, color de piel
4	<El sida> no mira nada
5	<El sida> no es una enfermedad para perros y gatos
6	<El sida> es una enfermedad
6.1.	que ataca a todos
7	Eso es <el sida>

Cuadro 2

Cláusula	Proceso	Tipo de proceso	Rasgos	Grados
1	ES	Relación	[+abstracto]	3

Cláusula	Proceso	Tipo de proceso	Rasgos	Grados
2	ES	Relación	[+abstracto]	3
2.1.	ABARCA	Existencial	[+abstracto, +concreto]	1
3	MIRA	proceso mental	[+/- abstracto, +/-concreto]	2
4	MIRA	proceso mental	[+/- abstracto, +/-concreto]	2
5	ES	Relación	[+abstracto]	3
6	ES	Relación	[+abstracto]	3
6.1.	ATACA	Material	[+concreto]	1
7	ES	Relación	[+abstracto]	0

La enfermedad nunca es mencionada explícitamente pero todo el discurso refiere a ella. La elisión de su nombre es constante y se complementa con los procesos involucrados. Analizaremos sus características en términos de rasgos y grados de abstracción que suponen sus elecciones por parte del sujeto discursivo.

Es interesante notar que las opciones que el sujeto selecciona se basan, en ocho de los nueve casos analizados, en elegir procesos que directa o indirectamente se relacionan con el rasgo [+abstracto], que conlleva el grado discursivo más bajo en relación con la presencia de lo que denominaremos la agentividad de los procesos. Esto implica la marca que el sujeto imprime para mostrar la responsabilidad que asume sobre su propio discurso al asignar a la enfermedad un papel de instigadora o no de las acciones que el verbo señala.

En este discurso se privilegian los procesos de relación seguidos por dos de proceso mental y sólo uno material. Además, el proceso material (6.1.= “ataca”) aparece dentro de una estructura subordinada. La agentividad, por lo tanto, aparece en su grado más bajo (3) que supone el grado mayor de abstracción. La selección de verbos de relación muestra claramente este grado a partir de los rasgos que los constituyen. El caso 2.1. “abarca” marca una abstracción en términos existenciales ya que en el significado del verbo confluyen características materiales y existenciales. El discurso en el que se inscribe permite privilegiar la característica relacional; por eso, se lo incluye junto con los verbos de relación en el mayor grado de abstracción.

Los procesos permiten restringir, por lo tanto, el alcance de la interpretación al valorar las cualidades de la enfermedad en términos de las relaciones que se pueden establecer entre sus características. Esto apunta a construir un discurso antidiscriminatorio que centra ese aspecto del discurso fuente (la propaganda). La selección de los procesos restringe y es coherente con la lectura elegida de la propaganda.

2. Grupo B

Cuadro 3

1	<La propaganda> no es muy buena
1.1.	porque mezcla cosas
1.2.	que no tienen nada <que ver>
2	uno elige ser drogadicto
3	<uno> elige ser / tener sida
4	las enfermedades esas uno las elige
5.1.	<uno> ser feo
5.2.	<uno> ser lindo
5.3	<uno> ser gordo
6	no tiene nada que ver una cosa con la otra

La entrevista, en este caso, dice lo siguiente:

E: eh:: no *es* muy buena porque *mezcla* cosas que no *tienen* nada que *ver* / uno *elige ser* drograDICTo/ *elige* eh:: *ser*/ eh:: *tener sida* eh::/ las enfermedades esas uno las *elige*::/en cambio/ *ser feo*/ *ser lindo* /*ser gordo*/*ser flaco*/ *es es* natural de uno [...] no *tiene* nada que *ver* una cosa con la otra. (Sexo femenino, 20 años)

Segmentaremos en cláusulas y estableceremos, como lo hemos hecho con el texto anterior, las relaciones pertinentes:

Cuadro 4

Cl.	Proceso	Tipo de proceso	Rasgos	Grados
1	ES	Relación	[+abstracto]	3
1.2	MEZCLA	Material	[+concreto]	1
1.3.	TIENEN	Relación	[+abstracto]	3
2	ELIGE	Material/ proceso mental=conducta	[+concreto,[+/-abstracto,+/-concreto]]	2
3	ELIGE	Material/ proceso mental=conducta	[+concreto,[+/-abstracto,+/-concreto]]	2

Cl.	Proceso	Tipo de proceso	Rasgos	Grados
4	ELIGE	Material/ proceso mental=conducta	[+concreto,[+/-abstracto,+/-concreto]]	2
5.1	SER	Relacional	[+abstracto]	3
5.2	SER	Relacional	[+abstracto]	3
5.3	SER	Relacional	[+abstracto]	3
5.4	SER	Relacional	[+abstracto]	3
5.	ES	Relacional	[+abstracto]	3
6	TIENE NADA QUE VER	Relacional	[+abstracto]	3

En este caso, el sistema de opciones en relación con la agentividad ha variado. Si bien hay un número importante de procesos de relación, aparecen centralmente procesos de conducta (cláusulas 2, 3 y 4) que llevan al sujeto discursivo a establecer su clara posición con respecto a la agentividad en relación con uno de los tópicos de la propaganda: la prevención. En este caso, la prevención parte del sujeto textual, representado por el genérico *uno*, que es el que elige contraer la enfermedad de acuerdo con la evaluación del sujeto discursivo. La selección del verbo *elegir* es clave para entender esta interpretación que se hace del discurso de la propaganda ya que, en términos de los roles inherentes a él asociados, exige un actor y una meta o beneficiario. En este caso, el actor está representado por el genérico *uno* ya aludido y la enfermedad pasa a ocupar el rol de meta. La decisión de tener esta enfermedad (que es asociada con la drogadicción) es de las personas que la contraen. Esta lectura de la propaganda, que pone en primer plano la falta de prevención de uno (el sujeto discursivo maneja el supuesto de que todos tienen acceso a cómo prevenirse), se convierte, al mismo tiempo, en un discurso discriminatorio: los que tienen la enfermedad merecen tenerla porque la han *elegido*. La opción del verbo, en este caso, es clave ya que a partir de él puede organizarse la matriz discriminatoria de todo el discurso. El resto de los procesos involucrados en el sistema de opciones del sujeto discursivo privilegian la abstracción sobre lo concreto.

4. Conclusiones

Hemos podido demostrar cómo los sujetos construyen sus estrategias en función de los recursos que utilizan y mostrar, además, que los procesos siempre deben explicarse más allá de los límites impuestos por la idealidad que plantea el ejemplo gramatical aislado. Por esta razón, la dependencia de los procesos de las estrategias utilizadas por los hablantes flexibiliza necesariamente su utilización y permite asignarles una interpretación adecuada.

Bibliografía.

- AUSTIN, J. L. 1962. *How to do things with words*. London: Clarendon Press.
- BAJTÍN, M. 1982. *Estética de la creación verbal*. México: Siglo XXI.
- BROWN, P. Y S. LEVINSON. 1987. *Politeness*. Cambridge: CUP.
- GUMPERZ, J. 1982. *Discourse strategies*. Cambridge: CUP.
- HALLIDAY, M. 1985. *An Introduction to Functional Grammar*. London: Edward Arnold.
- MENENDEZ, S.M. 1995. Análisis pragmático del discurso. En S.M.Menéndez (Ed.), *Análisis pragmático del discurso: perspectivas, métodos, alcances*. Buenos Aires: SIM.
- MENÉNDEZ, S.M. 1997. *Hacia una teoría del contexto discursivo*. Tesis doctoral.
- VAN DIJK, T. Y W. KINSTCH. 1983. *Strategies for discourse comprehension*. Nueva York: Academic Press.
- VERSCHUEREN, J. 1995. The pragmatic perspective. En J.Verschueren, J.Östman y J.Blommaert (Eds.) *Handbook*