

Sin embargo, al constituirse en una nueva forma de socialidad, lo masivo transforma también las pautas con que se construye o reproduce la hegemonía (Martín Barbero, 1993). Por ello, como el acontecimiento mediático genera un sentido de comunidad apoyada en 'la participación en una conversación común' (Hallin y Mancini, 1997: 211), la representación medial de algunos acontecimientos relevantes de esta movilización contribuyó a reforzar, pese al papel secundario de la televisión y a la fuerza de este soporte entre los aragoneses (67), esa forma social identitaria de vivir la autonomía plena y, por tanto, de imaginarse como comunidad diferenciada dentro del Estado (4.1.1). Hallin y Mancini (1997: 218) evalúan la fuerza de construcción de la comunidad que adquiere un *media event* en función de "la extensión y naturaleza del público". El carácter interclasista de la movilización, el respaldo social a las manifestaciones o la prolongación de la reivindicación durante año y medio sugiere que las audiencias hallaron en ella y en los discursos que la construyeron gratificación suficiente. Dentro de las limitaciones políticas que se derivan de su carácter de espectáculo y de acontecimiento mediático, esta participación no deja de ser una forma de respuesta social que contrasta con la anestesia e indiferencia que la Escuela de Frankfurt atribuye a la sociedad masa. Aún en el caso de que, siguiendo a Colombo (1974: 23), estos impulsos de revuelta y movilización se apoyaran sobre todo en la satisfacción de ver, esta expresión del espacio público postmoderno adquirió operatividad política en lo que tuvo de relato mítico y de ritos cívicos (3.2.1) que, en la línea dibujada por Durkheim, producen un sentimiento de identidad que está más allá de la esfera política (en Veyrat-Masson y Dayan, 1996 [comps]).

Para Martín Barbero (1993: 252), las ferias posibilitan que en ese espacio social las clases se toquen y resalten ciertos valores, prácticas y concepciones que representan su proyecto cultural y social. Llevada esa lógica a lo masivo, el discurso medial dieron oportunidad a que, en una significativa imbricación de la clase y el territorio (4.1.1; 4.2.1), sus audiencias conjugaran la democracia semiótica con una vivencia en la que se vieron y reconocieron como parte de una comunidad: El uso que esos discursos hicieron de lo que *podría ser* (3.2.1) facilitó que, dentro de la preeminencia adquirida por lo simbólico y lo emocional, los públicos vieran verosímil y gratificante las propuestas que ligaban el autogobierno a un futuro mejor y a una dignificación de lo aragonés. Aunque los temores, esperanzas, interrogaciones y juicios de esos relatos mediales se aprovecharan, a la manera apuntada por Hallin y Mancini (1997: 206), de "los sentimientos de los espectadores" que componían "la comunidad civil", ese acontecimiento noticiado por los medios no quita valor político al carácter subcultural de la reivindicación autonomista. Si se tiene en cuenta el balance de Mattelart (1977) sobre las experiencias de prensa alternativa en Chile, la inferioridad del sistema medial aragonés o el carácter mayoritariamente dependiente de la burguesía que lo gestionaba no impide que esta creación de identidad desde los medios expresara, al menos, la resistencia de *frente cultural* (4.2; 4.1).

### **3.1.2. Los diálogos textuales.**

Entre los siglos IV y VI la carencia de pergaminos y las crecientes demandas de cultura escrita convirtió en práctica habitual borrar unos códices para volver a escribir sobre ellos. Ese texto que surgía por reescritura recibe el nombre de palimpsesto y, como recuerda Kristeva, en el marco de la teoría bajtiana del discurso nomina metafóricamente que "todo texto se construye como un mosaico de citas, todo texto es absorción y transformación de otro texto" (1978: 190). Para el Círculo de Bajtin, el texto opera como una función semiótica que depende menos de sus condiciones intrínsecas que del complejo entramado de signos mediante el que los usuarios lo acaban dotando de sentido en su intención de construir realidad social y de posicionarse ante ella. En consecuencia, dentro de la importancia que se ha reconocido al consumo en la semantización de los textos (3; 3.1), el significado se produce en gran medida a través de los diálogos que cada texto establece, bien sea a través de marcas enunciativas explicitadas o de reenvíos que pone en juego el usuario del texto. Esos entrecruces prolongan el texto a la historia y la cultura, por lo que, además de organizarlo, contribuyen a su socialización (Grandi, 1995). Entendido como intercambio, desplazamiento de contigüidades y alternancia de voces que traman el texto cultural, el dialoguismo deviene así en el centro de la productividad textual. Esa cualidad, que recuerda a las influencias, plagios o negaciones de otros textos incluidos en el análisis tradicional, recibe en Kristeva (1974, 1978) el nombre de intertextualidad y constituye uno de los dispositivos mediante los que se va llenando de sentido ese espacio en blanco que es el texto.

Cuando relacionaba la reivindicación autonomista y la defensa del agua con los efectos sociales de la crisis económica o asociaba la demanda de Autonomía Plena con la igualdad de oportunidades para competir en la economía global, el Presidente de Aragón interpelaba a los sujetos menos desde los códigos que desde el contexto dialógico y, por tanto, activaba lo intertextual. Ese énfasis por la competitividad y la igualdad de oportunidades, dominante en la formulación autonomista y antitrasvasista aragonesa, dialogó con la entrada en vigor del Mercado Interior el uno de enero de 1993 y con el deterioro de la situación económica, sentido ya en el otoño de 1992. Dado el carácter industrial de esa crisis económica, ese entrecruce reenvía también a la importancia económica y social del sector industrial en Aragón que en 1996 aportaba el 64 % de la actividad económica (68). Puesto que en el texto, según Kristeva (1974), se cruzan y neutralizan múltiples enunciados, esa formulación económica de la autonomía y el agua se entrecruza también con la percepción social dominante de que el paro constituía el problema más importante en opinión de los aragoneses y, más aún, de los zaragozanos (Ansó, 1993, 1993b): Esa centralidad del desempleo (69) se intensificó durante los meses que se mantuvo viva la polémica por el agua y la segunda manifestación autonomista (en enero, el 35.1 de los encuestados lo vivía como su preocupación principal; en abril ese porcentaje alcanzaba el 49 %), lo que dialoga con la polémica política y medial sobre los lemas de la manifestación de 1993;

como la crisis económica se acentuó a lo largo de ese verano, la oposición parlamentaria y los medios que se oponían al convenio televisivo reenviaron igualmente al paro:

*Burriel acusa al Gobierno PAR-PP de pasividad ante la crisis industrial* (Heraldo, 1.10.92).  
*El PSOE propone que el 23-A sea contra el paro* (Diario, 16, 30.3.93: 1); *El PSOE pide ahora un 23-A contra el paro* (Heraldo, 30.3.1993: 7). *Estupor ante la propuesta del PSOE sobre el 23-A* (Heraldo, El Periódico, 31.3.1993: 1).

"Durante un año hemos caminado juntos, en equipo, y, a medida que hemos ido superando obstáculos, nos hemos sentido un poco más fuertes y orgullosos de nuestra capacidad como pueblo, algo especialmente necesario en estos momentos de crisis económica y de exigencia competitiva" (Eiroa, E. Mensaje institucional, 1993).

"[...] Es increíble que, en este tiempo de crisis, cuando se producen alarmantes aumentos del paro y avanza la desindustrialización, no exista entre determinados poderes otra obsesión que sus esperpénticas maniobras televisivas, urbanísticas o de cualquier otro tipo. [...] Imagínense [...] lo que no habremos oído después de sacar a colación durante los últimos años convenios urbanísticos, nepotismos, audioramas, remodelación de plazas, 'pyrsas', chalés particulares y piscinas cubiertas, adjudicaciones a dedo, presupuestos desfasados [...]" (Heraldo, La Rotonda, 15.8.93).

En cuanto que confrontó diversos discursos sobre un mismo tema, este diálogo textual a partir del paro operó mediante sincrisis (Kristeva, 1978b). Pero, al mismo tiempo, trasladó al debate autonomista un problema de la vida cotidiana e incluso, entrecruzó una idea económica y social para hacerla resucitar, tal como predicen Bajtin y Medvedev (1994: 239), dotada de valor identitario. Cuando dedicó el Suplemento especial de San Jorge a la identidad social (*Así somos*, 23.4.93), Heraldo se preguntó sobre las cuestiones que preocupaban a los aragoneses: Como en el resto del Estado, el desempleo constituía el principal problema; pero anotaba que, a diferencia de otros territorios, "en Aragón el descontento hacia el grado de autogobierno [...] adquiere gran importancia por la variación, al alza, desde las elecciones generales de 1989 y autonómicas de 1991". Ese mismo día El Periódico informaba de que, según una encuesta del Centro de Investigaciones Sociológicas, los aragoneses se sentían especialmente preocupados por la autonomía, después del paro. En la Rotonda, espacio diario de opinión, Heraldo interpretaba la fuerza de esa demanda social de mayor autogobierno como la prueba de que la movilización obedecía a un sentimiento profundo y extendido, no a una moda o al empuje partidista. Desmintiendo la tesis formalista de que en la dialéctica con lo exterior los discursos asimilan de forma unilateral la vida cotidiana (Todorov, 1970b [comp]), este entrecruce del paro con la autonomía plena o el agua sugiere más bien que, a la manera bajtiana, ambos se superpusieron y, al mismo tiempo que reforzaron la demonización de los

dirigentes socialistas (3.1), dotaron de valor pragmático a la vivencia identitaria que una parte de la sociedad hizo de la reivindicación (4.1.1.4).

Según Van Dijk (1983: 292), producir noticias constituye una forma compleja de elaboración discursiva que tiene lugar en el contexto institucional de los medios masivos. Si seguimos a Collins (1994: 76), con las noticias no se codifican o reciben sólo los acontecimientos del día. Y, para Curran (1998: 190), el discurso noticiero se incrusta en las cadenas de asociaciones del imaginario social y, como producto de la cultura dentro de la cual se elabora, opera menos como reflejo de la sociedad que de "exponente social de las actitudes y de los sentimientos". Por eso, los dispositivos noticieros, las conductas corporativas puestas en juego y el alcance social de esta capacidad discursiva e institucional reenvían más a la mediación de la cultura en la producción y el consumo de estas noticias (2.3; 3.1) que al estilo discursivo con que los medios construyen el acontecer social (3.2.1). En su oposición al acuerdo televisivo, Heraldo asoció el gasto multimillonario del convenio con la supresión de un campamento de verano para minusválidos psíquicos, concluyendo "que esto lo promueva un partido que se dice nacionalista es un escarnio a la sensibilidad aragonesa" (*Ni pública ni autonómica*. 3.6.93, La Rotonda). Este reenvío al despilfarro como topic organizador del marco conceptual del texto adquiere valor por su diálogo con la crisis industrial y con las crecientes denuncias sobre los excesos y la corrupción de las Administraciones Públicas en la política de gasto. De la misma forma, el diálogo con el componente nacionalista del proceso denota los valores peyorativos que la sociedad aragonesa daba a ese concepto (4.1.2), más aún tras los excesos del conflicto en los Balcanes.

Partiendo del contrato enunciacional y de los ajustes que el intercambio simbólico aconsejó realizar a medida que se iba modificando el contexto social y el clima de opinión (3; 3.1), ninguno de esos dos entrecruces fueron activados mientras la reivindicación autonomista vivió en el entorno social de euforia que provocaron en España la Exposición Universal y los Juegos Olímpicos. En esa primera fase la discursivización de la autonomía plena se concentró en signos vehiculares positivos, preferentemente tímóticos, como la noción de equipo o pueblo, o pragmáticos de carácter conceptual, en concreto calidad de vida y desarrollo territorial. Dentro de la democracia semiótica las lecturas preferidas marcadas en los textos propiciaban una identificación emocional, pero alejadas de la exacerbación y la crispación que, tanto en la concentración ante el Congreso como en la polémica trasvasistas y en la manifestación de 1993, propiciaron entrecruces que resucitaron sentidos carnavalescos de lo aragonés o del centralismo (3.1.1; 4.2.1.3) en una intención que, según la lectura del extrañamiento que hacen Bajtin y Medvedev (1994), se revela política. Otros reenvíos, como los relativos al paro denotan estrategias discursivas que explicitan la mediación del marketing en este proceso de comunicación: en abril de 1993 "La falta de autonomía" constituía un segundo o tercer problema en orden de importancia" en Zaragoza capital, los aragoneses de 30-44 años o los

asalariados (Ansó, 1993b), lo que sugiere que ayudó a implantar la reivindicación en sectores urbanos (70):

"Las encuestas demuestran que el proceso autonomista ha modificado negativamente la actitud de los aragoneses hacia quienes han personificado la oposición a la demanda de Autonomía Plena y han hecho perder influencia a Aragón en el contexto español. En cambio, no se han abierto grietas en el sentimiento de membresía al Estado. A la hora de repartir responsabilidades, los aragoneses han cargado las culpas sobre el Gobierno Central y el partido que lo sustenta, pero no sobre las instituciones del Estado, ni sobre el propio sistema democrático" (Eiroa, 1995: 69/70).

"[...] Tiene morbo enterarse de cómo un gobierno regional con alguna ínfula nacionalista se ha comprometido con una empresa foránea en una operación que carece de precedentes" (Trasobares, J.L. *Pardillos*, 5.9.93. Haldó. Artículo).

"[...] Un proyecto que debe ser plenamente aragonés, propio, se entrega a una televisión de Madrid, villa de donde provienen todos nuestros males, según estos nacionalistas de vía estrecha" (Héctor Salvador Aguirre. *Locos por la tele*, Heraldo, 21.7.93. Cartas a los lectores).

Estas formas de intertextualidad expresan la aportación que las diversas textualidades producidas en aquellas coordenadas espacio temporales hicieron a la interdiscursividad social. Por ello, contribuyeron también a dar forma al contexto en el que, según la teoría integrativa de la comunicación, los usuarios consumieron los signos y los discursos. Incluso, siguiendo a K. y G. Lang (1994) en su estudio *El día de MacArthur*, construyeron un determinado estado público de ánimo que condicionó tanto las explosiones colectivas de júbilo o ira que se fueron produciendo como la forma en que unas y otras llegaron a definirse en la memoria colectiva (Ibid, 259). Y, dado el carácter subcultural de esta movilización (4.1; 4.2), produjeron zonas de significado que facilitaron a la sociedad encontrarse con el texto a la manera de las comunidades interpretativas y, a partir de ahí, explicar su actividad de consumo a sí mismos y a los otros, a la manera que sugieren Fry, Alexander y Fry (en Grandi, 1995: 289). Esta restricción de la democracia semiótica de los usuarios del texto facilitó la vivencia identitaria de este acontecer social e, incluso, que esa imaginación como comunidad se apoyara en sentimientos más que en conceptos, en elementos simbólicos más que en datos. Como hacedores privilegiados del discurso autonomista aragonés (4.2.1.3), medios e instituciones compartieron esta forma de reenvío intertextual, basado en manufacturas discursivas de tipo retórico y mítico, que acabó siendo interiorizado por la sociedad, como demuestran los registros usados por los colectivos sociales para adherirse o participar en las manifestaciones (*Todos por la Autonomía Plena; Enderecemos el rumbo hacia un Estatuto del 151...*).

Para Bajtin y Medvedev (1994), sólo los entrecruces de unas formas de discurso con otras permiten que los discursos se manifiesten en plenitud. En su intento de dar visibilidad a ese tipo de dialoguismo, proponen situar aquellos en el tiempo y el espacio social en que se producen. Así, los cronotopos permiten partir de los motivos, de las formas de pensamiento e, incluso, del género mismo para reconstruir, en cuanto forma histórica de textualización, el contexto situacional. Si la presencia del paro en los discursos políticos y mediales se revela así un cronotopo temático que socializó de forma ideológica la reivindicación autonomista, el predominio de lo melodramático y de lo mítico aparecen como cronotopos de género que explican la forma en que gran parte de la sociedad aragonesa vivió estos acontecimientos. Según Wolf (1994: 131), la interdependencia de los lenguajes acaba conformando el mundo de las influencias personales y, por tanto, la intersubjetividad social. Como los usuarios de los textos asumen también un tipo particular de participación cuando aceptan un formato (3.1.1), este reenvío de los discursos mediales y políticos sobre la autonomía, el agua y la televisión al ámbito de la ficción aclara que El País afirmara, tras la primera movilización, que la autonomía plena se había convertido para los aragoneses en un nuevo *bálsamo de Fierabras* (2.5.92). Los textos de género incluyen estrategias de señalización que crean expectativas en las audiencias e indican modalidades de lectura (Grandi, 1995). Por ello, este diálogo de lo medial y de lo político con otros discursos literarios, como la novela, o populares, como el folletín o la novela por entregas (71) facilitó que la intersubjetividad social redujera gran parte de la ambivalencia de los textos, haciendo primar sobre otros valores y sentidos el identitario.

Como recuerda Gubern (1974: 283), la ficción melodramática hunde su raíz en los conflictos sentimentales cotidianos, pero toma de la tragedia clásica los mitos de la fatalidad, el destino, el hombre en lucha con la voluntad de los dioses o la grandeza de la batalla. En un contexto social caracterizado por el peso de la mediación simbólica de los medios, esa mitificación de las ideas fuerza de la movilización aragonesa sitúa a los medios en el centro de la discursivización de este acontecer. Al margen de que su relato (Lorenzo, M. *La fiebre del 23A*, El Día, 29.3.92; Gistáin, M. *La guerra del 23 de abril*, El Periódico, 11.4.92; *La procesión autonómica*, El Periódico, 14.4.92) facilitara en las audiencias una orientación cognitiva de tipo emocional e identitario, estos registros determinaron que los discursos políticos mutaran su argumentación lógica y conceptual por otra volitiva, pasional y personalizada. De esa forma, se construyó un contexto situacional que hizo posible una circulación intertextual donde las marcas enunciativas realistas quedaron progresivamente obviadas en favor de otras próximas al mito, al melodrama o a la cultura carnavalesca (72). Y, en cuanto que los medios constituyen entornos mediáticos totales (Jensen, 1993: 169), un auténtico entramado (Martín Barbero, 1993) o un paisaje múltiple y simultáneo (Colombo, 1976), esa revalorización semiótica del contorno (73) del texto (Grandi, 1995: 199) o del cotexto (Hernández, 1996: 29) sitúa también en el centro las conexiones que mantuvieron entre sí los discursos de los distintos medios:

"Tras los numerosos contactos que he mantenido con organizaciones y colectivos sociales [...] me atrevo a afirmar que, si la conciencia colectiva de la propia entidad es argumento principal para el acceso a un grado u otro de autogobierno, Aragón merece también por este argumento social de presente la plena autonomía [...] [*Aplausos*]" (Radio Zaragoza, Discurso de San Jorge, Presidente de la C.A., 22.4.1992. Diario de las Ondas, pg. 4019).

"L. Fernanda Rudí. El Partido Popular lo que ha hecho ha sido marcharse al final de la Mesa de Partidos, porque la verdad es que llevaban meses intentando echarnos. [...] Si no se cuenta con nosotros estas manifestaciones se quedarán en meras manifestaciones voluntaristas" (RNE. Informativo 13,30. 23.4.93 [entrevista en la manifestación]).

*Arola: "Han dado un golpe de Estado" (Heraldo, 23.7.93); El Justicia pide calmar la crispación (El Periódico (24.7.93); Mur dice que las críticas al convenio con Antena 3 buscan derribar al Gobierno (Heraldo, 24.7.93); El convenio con Antena-3 desata una 'guerra' de recursos ante los tribunales (D16. 24.8.93 [a col; primera]); Piquer asegura que Eiroa "ya está esquizofrénico debido a su gestión" (D16, 3.9.93 [a 3 cos]).*

Aunque la televisión fuera seguidora de una construcción social mediática liderada por la prensa (74), ese melodrama de la autonomía, el agua y la televisión alcanzó incluso a los editoriales de la mayoría de los diarios aragoneses. Si se atiende a lo que ese formato ofrece de reglas textuales y de subuniverso semántico, construyeron así personajes arquetípicos que devinieron en estereotipos, redujeron el acontecer a un argumento esquemático (3.1.1) y compensaron las expectativas sociales mediante una enunciación hiperemotiva (3.2.1). Igual que esos registros permitieron al PSOE activar el baturrismo durante la reivindicación autonomista, Heraldo los usó de forma recurrente en la polémica televisiva, aplicándolos también incluso a los valores más peyorativos de esa regionalización española de lo aragonés (4.2.1.3): Tras leer el convenio como una "cacería" en la que la víctima era Aragón y los depredadores habían venido de Madrid para actuar con la complicidad del PAR, su director y propietario concluyó que "a estas horas ya estarán en su casa y con el morral a tope" (Bruned Mompeón, A. *Operación Monegros*, Heraldo, 3.7.93 [artículo, 1a]). La continuidad que los redactores de este diario o la propia empresa, e incluso otros medios aragoneses, dieron a este tipo de discurso prueba la fuerza de esta intertextualidad, pero sobre todo afirman su valor político porque, como anota Martín Barbero (1993: 226), revela las articulaciones y mediaciones de la sociedad civil. En este caso, expresó la compleja red de influencias que, como recuerda Wolf (1994: 154), se tejen entre los medios y el conjunto del sistema social, llegando a insinuar la dispersión del poder que apunta Foucault (1978) o, tal cual apunta Morley (1998b: 427), su mutación en algo difuso, cuando no neutralizado.

Según Bourdon (1997: 209), el periodismo estimula la discusión porque promueve o provoca la comunicación lateral u horizontal dentro de la sociedad. Sin embargo, a menudo deviene también en un obstáculo para la autorreflexión política. Leída desde esta perspectiva, la centralidad de lo mediático en aquella interdiscursividad social aparece política: Cooperaron con las instituciones de autogobierno para crear el clima social de opinión adverso al centralismo y en ese entrecruce probaron su poder como institución social; en el convenio televisivo llevaron aún más lejos esa ostentación de poder, llegando a formularse como proyecto alternativo al que gobernaba Aragón y evidenciando así la debilidad democrática que Minc (1995) liga al poder exacerbado de la opinión pública. Desde esa posición de fuerza Heraldo preguntó de forma retórica "¿quién cree de verdad en la autonomía plena y, por tanto, defiende de verdad los intereses aragoneses, nosotros o este Gobierno que ha traicionado a Aragón?" (*Operación Monegros*, 3.6.93); incluso, esgrimió que "[...] ningún compromiso ni ninguna prebenda nos ata a nadie. Así que podemos permitirnos el soberano lujo de apostar por un Aragón más autónomo, más libre, más moderno y desarrollado" (La Rotonda, 15.8.93). Este uso de la noticiabilidad revela que la autonomía plena como concepto e idea fuerza de las expectativas sociales se renovó de forma permanente y en ese proceso de cambio vehiculó percepciones identitarias y relaciones de poder. A lo largo de este proceso social unos y otros actores sociales se apropiaron de la identidad aragonesa para darle el valor semántico que mejor servía a sus intereses. En el debate de la censura el propio J. Marco puso en diálogo su proyecto político con el aragonesismo político a través de su compromiso con la autonomía plena, después de haber denostado ambos durante años.

Este dialoguismo confirma hasta qué punto los signos carecen de la estabilidad que les habían concedido las lecturas funcionalistas y estructuralistas del código (3; 3.1); más bien, disponen de la oportunidad de que, en términos bajtianos, cualquier palabra resucite. En esa resurrección las palabras adquieren un sentido siempre nuevo y enriquecedor mediante un diálogo sin fronteras con la historia y la cultura. Un día antes de la primera manifestación autonomista Radio Zaragoza (Estudio de Guardia, 22.4.92) abrió línea al público para que opinara sobre esa convocatoria: De las once llamadas recibidas, nueve se mostraron dispuestos a asistir esgrimiendo la afirmación de identidad (ser aragonés) y su dignificación (dejar de ser el trastero de España) o la igualdad de derechos (contra la actual discriminación) y el pragmatismo (nos interesa a todos); de los dos que excluyeron su participación, uno adujo que promovía la división de España (Diario de las Ondas, 1992: 4045). Antena 3 Radio recogió similares opiniones, en unos casos negando la participación "porque no soy de Aragón" o afirmándola porque "hay que defender a Aragón" o porque "nos interesa a todos" (Diario de las Ondas: 4010). En la polémica empresarial derivada del convenio televisivo los dos diarios implicados en el conflicto explicaron su conducta entrecruzando su discurso con una vivencia étnica de lo aragonés (Zapater, A. '*Operación Monegros*' para aumentar el secano. Heraldo, 11.7.93; Miguel A. Vázquez: "*Seremos una empresa aragonesa*" (El Periódico, 1.8.93 [a pg])).

Dahlgren (1997b: 219) diferencia dentro de un texto las secuencias monológicas de las dialógicas: Aquellas pueden estar relacionadas con tópicos comunes del texto mediante referencias, pero no se conectan entre sí; estas manifiestan interconexión, lo que posibilita que los participantes conversen entre sí y, por tanto, una comunicación intersubjetiva. Los enunciados mediante los que la autonomía plena se socializó como signo demuestran una profunda intertextualidad, hasta el punto de que, cumpliendo la predicción de Bajtin y Medvedev (1994), los usuarios la construyeron activando de manera activa y consciente numerosos reenvíos culturales y sociales. Pero, si lo social operó dentro de ese signo mediante esas referencias, alusiones, citas veladas o expresas procedentes de otros textos y se convirtió así en actividades significantes del texto autonomista, esa textualización se llenó también de espesor cultural, político y social (en el debate de censura el PAR señaló a los medios como los principales agentes de esa moción por sus intereses empresariales, BOCA, 67: 2088/9). Para el Círculo de Bajtin, cualquier factor externo que dialogue con el texto "llega a ser un factor interno determinante" para construir esa significación (Bajtin y Medvedev, 1994: 76). Esa ausencia de fronteras para el contexto dialógico y, por tanto, la capacidad de cualquier discurso o texto para dialogar con otro explica apropiaciones tan dispares de los principales signos vehiculares de esta movilización, pero también que la intertextualidad devino a lo largo de este proceso en una de las estrategias que hicieron posible la lucha en el interior del signo (4.1; 4.2) que enuncia Volosinov (Beezer, 1994):

"¿Qué ha ocurrido para que una nacionalidad histórica como esta tenga que seguir hoy luchando por la plena autonomía que en justicia le corresponde, con el agravio, además, de ver como otras nacionalidades menos históricas si disfrutaban de ella? [...] Ojalá que el esfuerzo editorial que ha supuesto la realización de la obra sirva para más hacia la plena autonomía a través de la conciencia individual y colectiva de este pueblo"(Diario 16. *Historia de la Autonomía de Aragón*. Editorial.14.4.93).

"La calle es un clamor, Aragón es un clamor, porque una parte importante de la autonomía, como es la idea, la palabra y la imagen, se nos va vergonzosamente de las manos hipotecada por el propio Gobierno aragonés, empeñado como está, según todos los indicios, en favorecer el colonialismo informativo de nuestra comunidad" Zapater, A. *'Operación Monegros' para aumentar el secano*. Heraldo, 11.7.93. Contraportada. Entradilla).

"Uno de los aspectos más oscuros del convenio [...] reside en la explotación de la publicidad derivada de la concesión directa [...] A3 TV puede obtener tranquilamente un beneficio de 2000 a 3000 millones en la comunidad de Aragón [...] ¿Quién o qué garantiza en ese convenio que los publicistas de A3 TV no tratarán por todos los medios de monopolizar [...] el mercado publicitario regional? ¿Qué garantías se ofrecen en ese

texto [...] de que A3TV no procederá a tirar los precios de los anuncios, a ofrecer lotes en combinación con su diario regional, con sus revistas nacionales, con sus emisoras de radio, con sus múltiples compromisos? ¿Qué medio aragonés puede competir contra un multimedia financiado por el propio Gobierno de Aragón?" (Bolea, J. *La cláusula séptima*, Diario 16. 21.7.93).

La profunda intertextualidad de estos discursos añaden nuevas formas de entrecruce al texto autonomista y audiovisual. Estos reenvíos al pasado advierten de que, en la línea apuntada por Bajtin y Medvedev (1994), no existe la primera palabra ni la última. Por tanto, una parte de esta discursivización social se alimentó de los recuerdos, más o menos, compartidos (4.1) en el imaginario social. De Certau recuerda que la memoria está llena de estallidos particulares (en Perceval, 1996: 32) y Morley (1998) anota que los sujetos tienen historias y esos reenvíos al pasado influyen en las preguntas actuales, de la misma forma que pueden ayudar a legitimar visiones o estrategias actuales (Ibid, 36); Fiske (1989) afirma la fuerza de este tipo de intertextualidad en la cultura popular y en la masiva. Pero, esa relación con el pasado deviene en prioritaria y política cuando, como en este proceso social, se trata de construir o analizar la forma en que, siguiendo a Hall (1998), nos constituimos como sujetos desde dentro de la representación o los discursos. Si cualquier texto incluye reenvíos a los sistemas de conocimiento y de experiencias previas, la preeminencia que adquirió lo identitario en esta percepción social del acontecer y los discursos multiplicó los diálogos con la historia y la cultura. Por más que la referencia al pasado jamás sea simple (Morley, 1997: 36), los diferentes discursos sociales, y no sólo los mediales o los políticos, usaron de forma preeminente este tipo de diálogo que, en palabras de Bajtin y Medvedev (1994), renueva los sentidos generados en el diálogo de los siglos anteriores y que, de esa forma, acaban, por tanto, resucitando.

Cuando glosó la personalidad mítica de San Jorge o actualizó la ejecución de Juan de Lanuza y los Decretos de Nueva Planta, el Presidente de Aragón activaba el imaginario social con valor identitario y renovaba signos con una vida secular (4.1.1.1). Guiados por una lógica similar, Diario 16 dedicó en 1992 su suplemento de San Jorge a un relato que activaba la conciencia social de dependencia y de discriminación (*Historia de una marginación*, 23.4.92), aspectos en los que incidieron numerosos titulares de diarios (*Eiroa recuerda que el Gobierno Central "no ha sido justo con Aragón"*, Diario de Teruel, 23.4.92) y los mismos manifestantes ("*España nació de Fernando e Isabel [...] tenemos unos derechos históricos y es de justicia reclamar los derechos que nos corresponden*", Heraldo, 24.4.92). Según Licia Soares (1993: 45), tanto la dominación cultural como la respuesta simbólica a esa colonización propicia un fuerte grado de intertextualización. Estos datos sugieren que el texto autonomista estableció abundantes reenvíos con un imaginario social acostumbrado a afirmarse identitariamente desde la reivindicación (4.1.1): Si la demanda de un trato más justo en el marco del Estado resucitó episodios como el Memorial de Greuges que los diputados aragoneses presentaron al

monarca en la primera mitad del siglo XIX, las reticencias a lo catalán explicitadas en la demanda autonomista o en la oposición a los trasvases dialogó con la defensa identitaria que la nobleza aragonesa llevó a cabo alrededor de la Unión del Privilegio General (75). Teniendo en cuenta el valor que Pratkanis y Aranson (1994: 89-90) otorgan a la analogía como forma de persuasión, este tipo de diálogos, además de resucitar el sentido identitario de la reivindicación entre los aragoneses, añadieron valores retóricos a un relato social dominado ya por lo mítico.

Demostrando que "las imágenes circulan libremente de una historia a otra componiéndola" (Perceval, 1996: 24) o que ningún signo está muerto de manera absoluta (Bajtin y Medvedev, 1994), la centralidad de la autonomía plena renovó una reclamación de los setenta (76) que también acabó explicitándose en la calle mediante una manifestación multitudinaria. Además de los múltiples reenvíos que los discursos de esta movilización autonomista hicieron a la reivindicación de la transición, ambas compartieron algunos elementos del contexto situacional: en 1978 los participantes demandaron un Estatuto de Autonomía, pero esa aspiración acabó disolviéndose en los acuerdos suscritos por UCD y PSOE en 1981 para desarrollar las Autonomías de vía lenta; en 1992, ese acuerdo que limitaba las aspiraciones aragonesas de autogobierno fue suscrito por PP y PSOE, partidos que en 1996 también pactaron en las Cortes Generales reducir la propuesta de autonomía plena votada en las Cortes de Aragón en 1994 por todos los partidos. Si se tiene en cuenta los atributos pragmáticos, como competitividad o calidad de vida, y tímicos, como la dignificación de lo aragonés o la igualdad respecto a otros territorios, que predominaron en este texto autonomista, algunos de ellos aparecen como simples variaciones de la defensa de los recursos naturales, el desarrollo económico y la cultura que, según Bonson, 1997: 144), dominó este debate en la transición. En otros casos, por el contrario, las palabras reaparecieron como patrimonio de la comunidad, pero variando su sentido (77) e, incluso, como señala Perceval (1996: 24), "en una versión contradictoria con su origen":

"Aunque en Madrid parece que no se han enterado, uno de cada once aragoneses salimos a la calle el domingo.[...] Al fin te veo, pueblo de Aragón" (Andalán, 1978, en Garcés, 1997: 128);

"[...] Lo inédito de una marcha autonómica como la de Aragón el 15 N no fue tan importante para el telediario de la noche de TVE como el peligro de las setas venenosas, el temor de los pastores por los lobos o la preparación de un astronauta [...]" (Roldán, C. *¿Televisión ¿Española?* Haldó. 15.11.92).

"La puerta hacia la autonomía ha quedado abierta en Aragón porque hasta ahí han coincidido los intereses de la derecha que gobierna (quizás preocupada por salvar el vacío entre Cataluña y Euskadi, quizá segura de que en Aragón va a gobernar por mucho tiempo en medio de dos feudos de la izquierda) con los de la izquierda parlamentaria aragonesa, consciente de que cualquier acercamiento del poder de

decisión al pueblo es positivo, aunque haya que jugar con cartas marcadas por el poder" (Andalán, nº 157, 17-23.3.78. editorial).

"De manera paulatina, pero firme, se está dejando sentir la creciente pugna entre los diversos territorios [...]. Mientras la lucha de clases se difumina, emerge con fuerza progresiva la competencia entre territorios. Acudiendo al pensamiento liberal, puede afirmarse que la gama de oportunidades entre los individuos varían notablemente según el territorio al que pertenecen" (Eiroa, San Jorge, 1992: 2).

Partiendo del concepto de acontecimiento político (78) acuñado por Bourdon (1997: 237), tanto las manifestaciones de 1978 como las de 1992 y 1993 incorporan elementos del drama y de la fiesta: Ambas incluyeron una desaparición rápida de la movilización y de las figuras que la impulsaron (el deceso, forma más evidente del drama) o la reconciliación colectiva por encima de las distancias ideológicas y sociales (la fiesta acaba con la enemistad y la exclusión). Esas homologías facilitaron los reenvíos de este texto autonomista al precedente, pero sin impedir que en esos entrecruces el sentido se mutara e, incluso, se invirtiera. Según Bourdon (1997: 251), los acontecimientos políticos apenas se prolongan en la memoria más allá del tiempo del espectáculo, pero tienden a ser recordados en la conversación. En esa resurrección abundan homologías e inversiones que, en cualquier caso, acusan el desgaste de la memoria y de la transmisión oral. En el uso que la reivindicación de la transición y la de este texto autonomista hicieron del colonialismo interior (4.1.1.5; 4.2.1.1), aparecen reenvíos ligados tanto a la demanda autonómica como a los trasvases; en cambio, en este texto se formuló por primera vez asociado a la televisión y, por tanto, al debate sobre los flujos informativos. La defensa del Pacto del Agua se asoció a la necesidad de competir con el Eje Mediterráneo, lo que actualizó la línea editorial de Heraldo en las campañas de 1971-4 apoyada en que "no se puede truncar las posibilidades agrícolas de Aragón por las apetencias industriales de Cataluña, si se mira la integración de España en el Mercado Común" (Domínguez Lasierra, J. *20 años después, la misma historia*, Heraldo, 12.10.94 [Suplemento El Pilar]). Sin embargo, en 1973 Andalán tiñó ese discurso sobre la dependencia económica y cultural de parámetros inequívocamente marxistas (Garcés, 1997: 118), mientras que los discursos gubernamental y medial de este texto autonomista lo leyeron desde el liberalismo dominante en la globalización y, en todo caso, con atisbos de regeneracionismo costista.

Levorato diferencia en los procesos cognitivos el papel de la memoria semántica, que actúa de forma automática, y la episódica, ligada a una búsqueda intencional; aunque ambas interactúan, operan de manera diferenciada (en Wolf, 1994: 144). Igual que compartieron el colonialismo interior, ambas movilizaciones también actualizaron el sentimiento secular de dependencia y discriminación que anida en el imaginario aragonés. Al usarlo, en ambos casos se tradujo en confrontación con el Gobierno Central. Para el aragonesismo de izquierdas, personificado en Andalán, la cultura "era todo lo que se añoraba y de lo que se carecía, todo lo prohibido y ausente" (Bonson, 1997: 139) y, por tanto,

simbolizaba la dominación capitalista, de clase, y centralista, nacional, ya que ambas se complementaban y defendían los mismos intereses. De ahí que, como anota Garcés (1997: 118), una parte de las señas de identidad aragonesas fueran revisadas desde óptica marxista, como la sociedad y el territorio, las lenguas o el derecho foral. La reivindicación por la autonomía plena (4.1.1) incorporó nuevos atributos de identidad, como la televisión, resemantizó otros, como la idea de autonomía plena, y se apropió de otros incluidos en el discurso aragonesista de la transición, como la historia, los cantautores, la recuperación de la lengua y la literatura o de la cultura popular y las artes tradicionales, aunque lejos de la búsqueda de "un arte comprometido con la política y alineado con las vanguardias" que Bonsón (1997: 145) atribuye a aquellos.

Al poner de manifiesto las diferencias del discurso aragonesista de la transición con el que construyó este texto autonomista, esta permutación revela el papel ideológico que se adjudicó a la memoria. Aunque se usara también como actualización de los conocimientos adquiridos previamente, predominó el sometimiento a las propias intenciones, por tanto a la manera de la memoria episódica. Como ya se ha visto, el papel reivindicativo aragonés de la izquierda se trasladó en este texto al centro derecha, en función de quienes gestionaban en uno y otro caso las instituciones. Además de reenviar al distinto contexto dialógico en que se produjeron, esas diferencias se explican también por los cambios experimentados en los discursos sociales y políticos: La quiebra del marxismo, o al menos las grietas abiertas en lo que tiene de ideología y de epistemología, está en la base de esa reformulación de lo aragonés desde la izquierda; a ello se suma el ascenso del pensamiento liberal en forma de *pensamiento único* de lo global y la revitalización del discurso nacionalista en el marco de la internacionalización y de la España autonómica. Pero, dentro de ese contexto dialógico, también cambió el espacio público en el que se discursivizaron ambas movilizaciones (3.1.1). De hecho, en ambos participó J.A. Labordeta, pero el uso de lo mítico y espectacular que los convocantes de 1993 hicieron del Pilar y del Zaragoza queda bien lejos del rechazo a esos estereotipos de lo aragonés mostrado en los setenta (79).

Tal como detalla Grandi (1995: 155), los lugares sociales controlan los discursos sobre un texto e inciden en la construcción del marco intertextual que guía el proceso de comunicación. Por ello, igual que explica el predominio de las relaciones de expresión y de lo melodramático (3.1.1) o la conversión de la movilización en un espectáculo de masas (3.1), el dominio del espacio público posburgués sobre la discursivización de este texto aclara también algunos de sus reenvíos y el sentido que pudieron producir. De hecho, si hizo posible que algunos medios se propusieran como sustitutos de las instituciones de autogobierno y los partidos o como compensadores de las carencias de estos, también mutó la relación de lo público y lo subjetivo o activó lo popular desde lo masivo: En el primer caso, facilitó una implicación personal de los sujetos que abrió la puerta a que los discursos multiplicaran los reenvíos a las emociones (4.1.1; 4.2.1); en el segundo, esa proximidad de esta

noticiabilidad con los modelos terapéutico (Mehl, 1996) y judicial (Minc, 1995) facilitó determinadas llamadas hacia temas ya sedimentados en la conciencia colectiva y que resucitaron de los almacenes del imaginario social mediante registros melodramáticos o festivos. Así lo prueban dos anuncios que el Gobierno autónomo insertó en todos los diarios aragoneses bajo el titular *Día de Aragón* en las fechas previas a la primera manifestación:

"[...] el 23 de abril es el día de Aragón y lo vamos a celebrar a lo grande. Atendiendo a la petición realizada por la Mesa de Partidos, el Gobierno de Aragón apoya la manifestación en favor de una Autonomía plena e invita a todos los aragoneses a participar en ella. Tu no puedes fallar. Todos formamos un gran equipo. Este momento es decisivo para reafirmar nuestra identidad y hacer un Aragón moderno, competitivo y solidario. ¡Y lo vamos a conseguir!. 23 de abril, participa de un gran día. Ven a la cita por la Autonomía" (22.4.92).

"El 23 de abril es el día de Aragón y lo vamos a celebrar a lo grande. Únete a la fiesta. Tu no puedes faltar para que sea completa. Todos formamos un gran equipo y ahora toca divertirse. Las puertas del Pignatelli están abiertas para festejar este gran día. Hay diversiones para todos y para todas, para grandes y para chicos. Hemos convertido el Pignatelli en un espacio abierto, para que nadie se quede fuera. 23 de abril, participa de un gran día" (23.4.92).

Este entrecruce de la reivindicación con la fiesta y el marketing, técnica de comunicación que A. Mattelart (1998: 68) sitúa en el corazón de la esfera pública moderna, confirma que los préstamos entre textos son continuos y difícilmente siguen reglas. Pero, si se tiene en cuenta que en la fiesta la palabra 'nosotros' adquiere todo su valor porque ahí se reconcilian las clases y hasta los excluidos encuentran su lugar (Bourdon, 1997; Martín Barbero, 1993), ese reenvío del discurso gubernamental va más allá de una respuesta a quienes pedían que la manifestación no se politizara; denota la intención política de que los sujetos se imaginaran y vivieran como comunidad a partir de una promesa de participación en el acontecimiento que eludía jerarquías y otorgaba al pueblo el único protagonismo. Como dice Bourdieu, el gusto está lejos de ser inocente o puramente personal; más bien es un fenómeno social que suele operar como un agente diferencial en el campo social, como un instrumento de la reproducción social (en Hebdige, 1998: 120). En este caso, ese reenvío a lo popular a través de la fiesta no sólo denota la intención de hacer emerger el sentimiento que la sociedad aragonesa tenía de sí misma (4.1.1.5); también hace visibles las complejas influencias que, a la manera apuntada por Wolf (1994: 154), activan la comunicación a nivel macrosocial y, sobre todo, la interacción, interpretación e interdependencia de lo medial con los sistemas políticos, económicos, culturales.

De hecho, los medios complementaron esa interpelación a lo festivo y al protagonismo de la sociedad (*Sindicatos y empresarios deciden ir a la manifestación autonómica del 23A*, El Periódico, 26.3.92: 1; *La Iglesia por la autonomía*, D16. 16.4.92, suelto; *El obispo de Huesca analiza el 23A*, El Periódico, 20.4.92). Su mismo relato de las manifestaciones mitificó lo popular por encima de los partidos (3.1.1) y, si se atiende a las fotografías de los diarios, puede incluso afirmarse que se hiperbolizó el componente festivo (4.1.1.5). Este tipo de reenvíos a lo popular desde lo masivo hace visibles algunos de los dispositivos mediante los que, aunque no configuraran modelos de vida o difundieran una cultura nacional en la línea que la Escuela de Chicago fijaba para el papel identitario de los medios (4.1.2.3), facilitaron que amplios sectores sociales se vivieran como comunidad y afirmaran un sentimiento de orgullo nuevo en su identidad (4.1). Wolf (1994: 160) atribuye a los medios la capacidad de orientar la atención comunitaria hacia determinados valores y aspectos de la cultura social a través de los *issues* que tematiza. En este caso, la inclusión de lo festivo en el debate social sobre la autonomía plena se tradujo en términos como marcha, carnaval o fiesta, por lo que su reenvío al imaginario social se llena de valores connotativos, en unos casos, asociados a la cultura popular tradicional y, en otros, a diversas formas de cultura juvenil urbana. De esa forma, facilitó una identificación de base social más amplia e, incluso, que mediante ese diálogo con diversas formas de la cultura popular se activara ese sentimiento identitario implícito que Gramsci (1977: 175) encuentra "hábilmente insinuado" en la narración popular.

Según E.T. Hall, cada comunidad "regula los lenguajes del tiempo, de la organización del espacio, de las posesiones materiales, de los modos de amistad e, incluso, el lenguaje de las negociaciones de contratos o acuerdos" (en A. Mattelart, 1993: 123). El carácter cíclico de las dos manifestaciones, su coincidencia con la primavera, la elección de los itinerarios o la importancia que se concedió a la sequía sugiere que los actores sociales de esta movilización aprovechó esos lenguajes silenciosos. Partiendo de que, como anota Perceval (1996: 34), la ideología maneja de forma sofisticada "las peores imágenes negativas y positivas" de la sociedad, este intento de generar identidad a través del reenvío a la cultura popular adquiere valor político, si se pone en relación, por un lado, con la aculturación secular vivida por lo aragonés (4.1; 4.2) y, por otro, con las reticencias de la sociedad aragonesa hacia el nacionalismo (4.1.2). Esos reenvíos a lo popular, incluso a los aspectos menos verbales de esa cultura, pudieron ser espacio de resistencia o, incluso, de combate (4.1.1.3; 4.2.1.3). Sobre todo, porque los discursos de quienes se opusieron a la movilización desde Aragón o desde Madrid renovaron la hegemonía en la cultura escrita y en los discursos sociales del pensamiento que ha regionalizado lo aragonés. Esa producción discursiva dialogó bien con los tópicos del pensamiento liberal sobre el patriotismo de estado y los nacionalismos minoritarios, bien con los principales estereotipos de la aculturación que regionalizó lo español:

Iglesias acusa a Eiroa de caer en "una preocupante batasunización" (El Periódico, 30.4.92).

"José María Mur ha conseguido tras mentar la bicha de la violencia, salir en Egin, el vocero de ETA. 'Gobernu zentralak aragoar autonomisten erreibindikacioei uko egiten badie Aragoan talde erradikalak sortzeko arristu handia dagolea esam du José María Mur [...]" (El Periódico, 30.4.92)

"Cuando la razón histórica está de parte de un pueblo tesonero, como el aragonés, las dificultades se disuelven como el azúcar" (Liso, M.A. Una forma de orientar el futuro. El Periódico. 23.4.93).

"No me gusta el baturrismo, una mala creación del siglo XIX" (Laín Entralgo, *"Hay otra forma de ser aragonés, el baturrismo no me gusta"*, El Periódico, 29.10. 98: 43).

Estos reenvíos demuestran hasta qué punto este texto no ocupa una posición fija. Se mueve y sitúa articulándose con otros textos y otras formas. Sin olvidar los peligros de sobrevalorar el contexto que amenaza a una parte del paradigma culturalista (80), este dialogismo tan variado, hecho a veces de determinaciones sociales o históricas, de entrecruces con la cultura popular y la escrita, con el presente y el pasado, lo convierte más bien en una continua productividad, en una constante permutación de textos y discursos (3; 3.1). Ese dialogismo hace imposible convertir este texto en algo cerrado y acabado; más bien lo formula como una permanente reescritura, a la manera dibujada por Bajtin y Medvedev (1994) y Kristeva (1974). Esa capacidad de construir el sentido desde dentro y desde fuera soporta, en cualquier caso, el límite de la coherencia que necesita el texto para funcionar como tal dentro de una actividad comunicativa (Wolf, 1997: 268). La intertextualidad que provoca una palabra al reenviar a otra, denominada anacrisis por Kristeva (1978b), explica que, aprovechando la noticiabilidad de la guerra en los Balcanes, la demanda de autonomía plena fuera asociada al nacionalismo por algunos actores sociales (*El Gobierno Central compara el 15 N con la explosión nacionalista europea*, Heraldo 17.11.92: 1; Peña: *"La generalización de los fenómenos nacionalistas me preocupa enormemente"*, D16 17.11.92: 6); de la misma forma, la proximidad a las Elecciones Generales facilitó que la pugna política librada por los partidos en la polémica hidráulica y en la demanda autonomista se tiñera de reenvíos electorales por parte de los partidos (el Presidente de Aragón entregó doscientos carteles del 23A a otros tantos colegios tres días antes de la votación), de los medios (ABC, *La proximidad de las Elecciones Generales desvirtúa la manifestación del 23A*, 23.4.93) y de algunos sectores sociales (durante la polémica por los trasvases alumnos de la Facultad de Derecho de Zaragoza recibieron a José María Aznar con gritos de *iPresidente, Presidente!*, Heraldo, 21.1.93). Dentro de su diversidad estos reenvíos confirmaron dos de las isotopías que trabaron lógicamente este texto, en un caso, la vivencia identitaria de la movilización y, en otro, la exigente competencia del sistema de partidos en el ámbito aragonés y español.

Dahlgren (1997) afirma que tal vez Habermas haya subestimado el papel de la cultura mediática en el establecimiento de marcos interpretativos comunes, porque en el espacio público moderno la internacionalización de la información y la interconexión entre los diferentes soportes mediáticos ha potenciado la capacidad de los medios para elaborar percepciones culturales comunes. El entrecruce con el conflicto nacionalista de los Balcanes parece así efecto de esas "comunidades interpretativas fundadas en los medios" que "condicionan la producción de sentido" (Ibid, 262). De hecho, la demonización del nacionalismo, esgrimido en este acontecer contra unos partidos y un sentir social minoritario (3.1.1), se revela fruto no sólo de la animadversión mayoritaria de los aragoneses hacia posiciones independentistas o de radicalismo identitario (4.1.2); también aparece en lo que tuvo de expresión de sentido compartido construido a través de las redes informativas internacionales. Antes de que esa noticiabilidad transnacional entrecruzara ambos acontecimientos por su simultaneidad temporal, el debate entre los partidos se había concentrado en *issues* de débil referencia política, como la calidad de vida. Aunque tanto la demanda autonomista (El País, *El regionalismo aragonés desafía al Gobierno con una marcha hoy a Madrid*, 15.10.92) como el conflicto televisivo ("*Se propuso oficiosamente a Aragón tener la frecuencia 33, cuando es hoy el canal 33 de Cataluña*" (Camo, C. "*El convenio es bueno para Aragón*", El Periódico. 22.8.93) activaron los componentes identitarios habituales en las nacionalidades subestatales y los conflictos de poder que latían en el interior del Estado nación (Keating, 1996), sólo ese reenvío a la posible balcanización de España resucitó sentidos más propios de las construcciones nacionales del siglo XIX que de la realidad aragonesa (4.1.2.3).

Esa intertextualidad de la globalidad introdujo también otro debate que, aún sin la fuerza de la década anterior (Quirós, 1988), se mantenía vivo como parte de esa cultura internacional vehiculada por los medios. El énfasis con que el Gobierno autónomo reclamó la concesión de la autorización administrativa para el canal autonómico y las acusaciones de discriminación política que vertió hacia el Gobierno Central por el olvido de esa petición (Eiroa, 1991) dialoga con el papel nacionalista de los medios (4.1.2.3) y las relaciones de dominio que el centro político del Estado nación establece apoyándose en los sistemas de explotación de las redes (4.2.1.2). Pero reenvía también a la polémica sobre los flujos informativos y a la relación de este discurso con quienes viven su identidad desde la conciencia de dependencia. Mattelart (1998: 17) lee el tren como el "elemento emblemático del progreso de la revolución industrial en el espacio del Estado nación", pero asocia el telégrafo a la internacionalización económica (81), en la que, por un lado, "las redes se integran en el nuevo reparto del planeta que redistribuye las economías nacionales" (Ibid, 14) y, por otro, se ha "modificado profundamente el estatuto económico de la información y los métodos de recogida, procesamiento y codificación" (Ibid, 16). El uso que algunas instituciones y medios aragoneses hicieron de este topic (4.1.1.4; 4.2) amplió el discurso del colonialismo interior, aunque, como

Heraldo o el PAR en la polémica audiovisual, se lo apropiaron para enmascarar sus intereses políticos o empresariales.

Algunas de las formulaciones que concentraron la polémica política sobre los trasvases habían reenviado ya a los aspectos más económicos del colonialismo interior, tal como definió este Hechter (en Máiz, 1997 [comp]) a partir del diferente grado de industrialización, y por tanto de reparto de las oportunidades económicas (4.2.1). Especial relevancia adquiere a ese respecto que el Gobierno de Aragón se formulase como representante de la España interior e hiciese frente al anteproyecto de Plan Hidrológico contraponiendo las oportunidades que abría a las *ricas* comunidades del Mediterráneo con el expolio del recurso a que se sometía a las depauperadas zonas del interior. Pero, si esos diálogos situaban el sentido de la dependencia en el marco clásico de la sociedad industrial y del Estado nación, la tematización del conflicto televisivo en términos de redes añadió a ese debate reenvíos a la sociedad de la información y a en la globalización: Hasta marzo de 1993 el Gobierno autónomo impulsó el canal autonómico como una forma de promocionar la identidad aragonesa (Eiroa, 1991; 1992c), cumpliendo la función que Richeri (1984) da a las televisiones regionales; a partir de mayo la apuesta gubernamental por una televisión aragonesa se tradujo en un convenio de regionalización de una cadena privada, actualizando por tanto la retirada de lo público ante lo privado (Hamelink, 1981) y el auge de la desregulación de los mercados (Mattelart, 1993):

"Aprovechando la situación de sequía que padecía el sur de España, en los primeros meses de 1993 el Ministerio de Obras Públicas, con el apoyo de diversos medios informativos estatales, promovió una campaña que buscaba crear en la opinión pública española un ambiente favorable a los trasvases" (Eiroa, 1995: 38).

"[...] Con nuestras comunicaciones totalmente articuladas, con nuestras empresas funcionando a todo gas, con una Universidad potente y competitiva, quizá podríamos permitirnos el lujo de 'vertebrar el territorio', como dice el Consejero Biel, con una tele regional, aunque sea una entelequia" (Heraldo, *El futuro de la tele aragonesa*, 29.6.93).

"En el futuro almacén que acabará siendo la oferta de servicios audiovisuales se podrá elegir entre múltiples ofertas, pero los países o territorios que, simplemente, aspiren a ser una opción deberán contar con una industria propia capaz de producir y competir. En caso contrario, sencillamente no existirán. En ese complejísimo panorama, no puedo menos que mostrar mi extrañeza de que el debate de la televisión se haya reducido en Aragón al valor que puede tener como instrumento político de propaganda o entretenimiento social" (Eiroa, 1995: 128).

La mayoría de estos reenvíos se explicitaron en la codificación de los mensajes. Sin embargo, como anota Grandi (1995: 143), la inserción de la historia y la cultura en el texto opera también en la

recepción. Bettetini advierte de que ese hacerse como un permanente entrecruce incluso en las audiencias tiende a disolver la textualidad, llegando a anular su significación (en Wolf, 1994: 151). Este protagonismo de las audiencias en leer de forma propia los entrecruces marcados en la codificación o, incluso, en activar otros distintos a los que puso el emisor o se derivan del código posibilita, como anota Morley (1998b: 429), que lo textual quede integrado en las distintas interpretaciones. En cualquier caso, el reconocimiento de que el sentido se produce en la apropiación de los textos que hacen los usuarios más que en el código obliga a incluir la intertextualidad de las audiencias como parte de ese proceso en el que texto se genera. De esa forma, se completa el carácter cultural de la productividad textual, aún a costa de que de esa afirmación o negación de otros textos en el consumo haga aún más patente, como dice Mac Robbie, que el sentido nunca está fijado y, por tanto, nunca es estable (en Curran, Morley y Walkerdine [comps], 1998). No sólo los discursos se producen social e históricamente; también se construyen de esa forma las lecturas subjetivas que actualizan el texto (82). En el caso de las noticias, Curran (1998: 190) recuerda que se inspiran en las imágenes y en las cadenas de asociaciones que perviven incrustadas en la tradición cultural y, por tanto, se producen y comunican a través del sistema simbólico de la sociedad.

El empeño de algunos partidos y medios en discursivizar el convenio audiovisual como una privatización del canal autonómico (Heraldo, *La DGA 'privatiza' la televisión autonómica*, 1.7.93: 1; *La DGA pagará 1500 millones anuales por privatizar su TV*, 2.7.93: 1) aparece como una marca de intertextualidad codificada en la emisión con la intención de usar a su favor las connotaciones negativas de esa retirada de lo público ligada a la globalización. Incluso la tematización medial del conflicto en clave de gobernabilidad política de Aragón (*El PSOE pedirá la dimisión de Eiroa y Biel por el convenio de la TV autonómica*, 5.7.93: 1) o sumándolo a los casos de corrupción política de la política española (Heraldo, *El convenio suscrito entre DGA/A3 plantea dudas legales*, 3.7.93: 1) y a la política de gasto público excesivo (Heraldo, *El coste de la TV pública y privada sería similar según el proyecto*, 4.7.93: 3) renuevan esa voluntad de provocar en las audiencias lecturas preferidas a través de entrecruces con *issues* del imaginario colectivo especialmente activos entonces. Sin embargo, la pasividad social ante este malestar, e incluso el apoyo que siguió teniendo la idea de una televisión autonómica (Ansó, 1994), sugiere que estas palabras venidas al texto desde fuera no impidieron que la mayoría de la sociedad hiciera suyos estos discursos a partir de reenvíos diferentes (*La TV Aragón o el perro del hortelano*, A. García Gracia, D16, 22.7.93; Oyentes 5 y 8 en Estudio de Guardia, R. Zaragoza, 9.7.93). Sobre todo en clave de conflicto empresarial y político (83), porque las conductas de medios (D16, *A los aragoneses les parece bien...*, 21.7.93 [suelto sobre la encuesta de Vox Pública]; Bolea, J. *Uno contra todos*, D16, 20.7.93 [col]) y partidos (*El PSOE exige la anulación inmediata*, Haldo, 13.7.93 [a pg]; *CCAA-IU recurre el convenio firmado por DGA y Antena 3*, Haldo, 31.7.93) así lo explicitaron.

Esta implantación de la imagen social que los actores del conflicto televisivo intentaban evitar, que unos y otros defendían sus intereses particulares, demuestra que, aprovechando la inevitable ambivalencia semántica de los discursos mediales y políticos, los receptores hicieron que estos conjuntos textuales devinieran, según la aguda frase de Kristeva (1978), ya en una hetaira virtuosa, ya en un bandido generoso. Por tanto, esta socialización de la recepción corrobora que, en palabras de Gilroy (1998: 52), el sentido queda lejos de ser "un reflejo transparente del mundo" para aparecer, como dice Grandi (1995), complejo y resbaladizo. No sólo la producción se revela "llena de enfrentamientos" (Ibid, 228); también el consumo productivo se insinúa contradictorio (Ibid, 181). Si se compara la imagen del aislamiento social del Gobierno que dibujaron los medios (*Los sindicatos también se oponen a la TV de la DGA*, 6.7.93: 1; *El PSOE rechaza el convenio sobre la TV*, 6.7.93: 3; *El Justicia estudia la posible vulneración de la ley de la RTVA*, 7.7.93: 3) con el rechazo social mayoritario a la moción de censura o el apoyo a la puesta en marcha del convenio sugerido por las encuestas, se infiere que las intertextualidades activadas por medios y partidos ayudaron a que los discursos generaran, siguiendo a Pratkanis y Aranson (1994), disonancias cognitivas en una parte de la sociedad (74). Pero, si esos mensajes debilitaron la credibilidad social de algunos medios y partidos tal como proponían los discursos, no evitaron que los diálogos mediante los que los sujetos usaron esas propuestas textuales divergieran de las invitaciones prescriptivas que aquellas proponían y generaran, a la manera apuntada por Giddens efectos acumulativos perversos (en Wolf, 1994: 137).

Bajo la pregunta trucha o hamburguesa, Schudson (1997: 327) indaga sobre la capacidad de las imágenes móviles o estáticas para imponer unas determinadas lecturas preferidas o, al contrario, para adquirir un sentido ambivalente que sólo se concreta por el diálogo que activa en el imaginario o por la guía que supone el texto verbal que la acompaña. En el malestar televisivo las imágenes que completaron el relato de los medios plasmaron la noticiabilidad de los actores sociales, de los acontecimientos judiciales o políticos o, en última instancia, del edificio construido para acoger la Televisión autonómica y que iba a ser sede de la regionalización de Antena 3. El valor informativo de las fotografías usadas por la prensa mutó con frecuencia en registros simbólicos, connotativos: La personalización del conflicto se mezcló con reenvíos a la corrupción política (Heraldo, *E. Eiroa, el consentidor*; *J.A. Biel, el impulsor*; *L. Acín, el mediador*, 15.8.93: 3 [caras]), al gasto público y a la privatización (Haldó, encuadre del edificio que incluye el cartel de la obra, donde aparece el logotipo del gobierno; vista del interior del edificio en obras, 3.7.93) o a determinaciones culturales e identitarias (encuadres del edificio con el Pilar en segundo plano, de fondo, Heraldo, 25.7.93; D16, 4.7.93). Al margen de que los textos verbales que acompañaron estas imágenes buscaran provocar unas lecturas coincidentes o complementarias con las enunciadas en los titulares, las conductas de las audiencias indican que, a la manera apuntada por Schudson (1997: 327) para los televidentes, las audiencias no consideraron esos casos concretos representativos de un fenómeno general.

El acontecer autonomista renovó esos intentos de condicionar la recepción a través de reenvíos culturales y sociales (fotografías de las manifestaciones, relato en fabla publicado por El Periódico [23.4.93], caras de líderes sociales que opinan a favor de la manifestación, fotografía de un participante vestido de baturro) o de guiar las interpretaciones de las audiencias explicándoles lo que estaban viendo en las fotografías (pies de texto que acompañan visión cenital de los participantes cubriéndose con la bandera aragonesa en la plaza del Pilar [23.4.93] o extendiéndola ante el Congreso [15.10.92]). En aquel contexto dialógico textos verbales e imágenes de todos los medios radicados en Aragón confrontaron su relato identitario (3.1.1.3) con el que ofrecían sus homólogos de ámbito estatal. Los medios públicos y algunos diarios o emisoras, como El País u Onda Cero, tomaron posiciones distantes, cuando no críticas, con la movilización aragonesa, lo que, unido a la unanimidad de los medios aragoneses, facilitó que las audiencias construyeran su sentido mediante la contraposición entre 'ellos' y 'nosotros'. Esa dicotomía identitaria permitió a amplios sectores sociales de Aragón identificar los discursos de los medios y de los partidos con el interés colectivo y, en consecuencia, hacer frente a ese discurso hegemónico contrario a la autonomía plena apoyándose, sin divergencias, en las propuestas textuales del bloque social impulsor de la movilización:

"Me siento aragonés"; "Queremos tener una AP con todos los derechos"; "La autonomía hay que reclamarla ya, ni pactos ni historias"; "necesitamos una Autonomía Plena, pero ya"; "Por el autogobierno estamos aquí" (Manifestantes, Antena 3 TV, 23.4.92. Diario de las Ondas: 4070).

"Queremos ser como todos"; "la Plena Autonomía irá en un aumento de la calidad de vida para todos los aragoneses" (Consejero Territorial de la Once); "no tenemos que ser españoles de tercera"; (Estudio de Guardia, 23.4.92. SER. Diario de las Ondas: 4085)

"En España no se reparte igual. Hay unos privilegiados que por unas circunstancias históricas les toca todo, mientras que a los aragoneses como a los extremeños y ciudadanos de otras comunidades, no nos queda nada" (Manifestante, Heraldo, 24.4.92).

"Ha sido un día maravilloso. Muchos ya teníamos ganas de salir a la calle para mostrar que estamos hasta las narices de que nos traten como ciudadanos de segunda" (Manifestante, Heraldo, 24.4.92).

"Supongo que [...] nuestros representantes [...] tomarán buena nota de que el sentimiento mayoritario es para la ampliación de competencias, la reforma del Estatuto y la asunción de un nivel autogobierno equivalente al que tienen los que más tienen" (Fatás, G. Heraldo, 24.4.92).

Este grado de aceptación de las lecturas preferidas indicadas en los discursos de medios e instituciones aragonesas va más allá de la evidencia de que, siguiendo a Curran (1998: 240), las

respuestas de las audiencias no fueron "totalmente aleatorias y voluntarias", sino más bien "selectivas". Además de que evidencian la mediación de los espacios comunitarios intersubjetivos, como el ocio, la familia o el trabajo en esa resemantización de las audiencias (3.2.2), la fuerza del contexto pragmático reenvía también a algunos efectos del diálogo que este texto mantuvo con la masificación. Esa unanimidad social pudo actualizar la capacidad de los medios para servir de sistema colectivo de orientación que Noelle Neuman les reconoce en su dibujo de la espiral del silencio. Pero, también, sugiere que la lógica de la producción y el consumo, por un lado, y la ley del mercado, por otro, determinaron, a la manera expuesta por E. Morin, un diálogo "desigual [...] entre un parlanchín y un mudo. El receptor sólo responde con reacciones pavlovianas, con el sí o el no, que decretan el éxito o el fracaso" (en Wolf, 1991: 115-6). Esos reflejos de la masificación incluyeron, en cualquier caso, las expectativas y gustos de las audiencias, ya que sus reenvíos como consumidores también influyeron en la codificación, como prueban los reajustes enunciacionales de los medios y los partidos (3.1.1; 3.2.1).

### **3.2. La producción de sentido**

El problema de la significación se planteó en la Antigüedad de forma diversa, cuando no contradictoria, tuvo continuidad en la Edad Media y ha ocupado gran parte del debate lingüístico del siglo XX. Comprender cómo "la reproducción de la realidad material llega a ser realidad comunicativa y viceversa" le parece a Maldonado (1994: 194) "una zona plagada de trampas, de hechos imprecisos, de peligros de toda clase" (Ibid, 177). El análisis textual ha sustituido al análisis de contenido y, por ello, los complejos mecanismos que hacen posible la existencia de un texto se han convertido en más representativos del proceso de significación que los mensajes (Wolf, 1997: 260). Pero, además, el carácter de interacción social que se reconoce al texto (3.1) o la primacía de la socialización del signo sobre el código (ver 3) traslada el sentido a la articulación de las estructuras del discurso con el proceso social del que forma parte (Van Dijk, 1993). Barthes sugirió la existencia de un núcleo de sentido que sería intrínseco a la fotografía y que no tendría nada que ver con el uso social que se le diera al signo. Verón (1997: 48) liga esa lectura con el inmanentismo y la generalización excesiva de lo que denomina deriva estructuralista y le opone la convicción culturalista de que sólo la socialización de la imagen acaba dándole sentido (3.1). Se siente próximo a Metz, cuando liga el sentido al "instante mismo en que la cultura se apodera [...] del texto icónico, como de todos los otros textos" (Ibid, 52). Al margen de algunas polémicas, como la posibilidad de que la preeminencia del contexto anule el poder del texto (3.1.2) o las dudas que la movilidad del sentido genera en la producción de significación (3; 3.1.1), esta lectura culturalista del signo sitúa en el centro la dinámica de la significación, los factores que guían la producción de sentido cada vez que públicos y textos entran en interacción (Wolf, 1997: 267).

Entre el énfasis que el estructuralismo saussuriano o sus vertientes semiológicas ponían en el código y la opción del paradigma culturalista por el carácter social y constructivo del sentido, la producción de significación aparece aquí como fruto de un trabajo discursivo y teórico llevado a cabo por los sujetos a través de sistemas de representación creados y asumidos por la sociedad aragonesa. En línea con los Estudios Culturales y la semiótica social, el sentido se configura como un constructo cultural que media la relación de los sujetos con la realidad social. Comparte con Gilroy (1998: 48) la hipótesis de que las relaciones sociales sólo adquieren sentido a través de la palabra y del lenguaje; e, igual que Hall (1998: 49), se asume que los sujetos experimentan, interpretan y dan sentido a las condiciones de existencia a través de numerosos sistemas culturales de representación, entre los que se incluyen, si se materializan en forma de costumbres, las ideologías (Ibid, 46). De esa forma, la ideología abandona la determinación económica para pasar a funcionar, en palabras de Curran (1998), como una categoría mucho más plural y abierta a la vida cotidiana. Deudora de Althusser (84), esta lectura de la ideología queda ligada a la reproducción simbólica de la realidad tal como viven esta los miembros de un grupo social. Como fenómeno discursivo y semiótico, la ideología vehicula sentido y se materializa en las formas mediante las que operan el lenguaje o las conductas en lugares y aparatos sociales (Hall, 1998: 40).

En la medida que una parte de la sociedad aragonesa usó la autonomía plena o el agua para imaginarse un determinado funcionamiento del mundo social e, incluso, de sus relaciones sociales, ambos signos vehiculares conformaron ideologías que se situaron en el centro de la construcción discursiva de este acontecer social. En sus manifiestos para las diferentes movilizaciones, el Justicia ligó la autonomía plena a los derechos históricos de Aragón o a la voluntad colectiva de querer ser (4.1.1.1); el Gobierno Autónomo las asoció en su comunicación institucional con las ideas de progreso y modernización (El Periódico, *Eiroa llama a la manifestación para hacer un Aragón moderno*, 22.4.92; El Periódico, *Eiroa vincula Progreso y Autonomía*, 23.4.92); los medios de comunicación y una parte de las élites sociales las relacionaron con la discriminación que padecía Aragón dentro del Estado ("[...] las desigualdades autonómicas en España fomentan el mayor desarrollo económico y social de unas regiones en perjuicio de otras", *Cepyme Aragón por la plena autonomía*, 22.4.93 [publicidad]; "Se repetirá este 23 de abril [...] hasta que desaparezca cualquier injusta hipoteca que relegue los intereses de Aragón", *Heraldo, El pueblo no rebla*, 23.4.93 [edit, 1a.]); los mismos participantes en las movilizaciones la vivieron desde ese sentimiento de injusticia y de necesaria dignificación (La Rona, líder de la Asociación Gitana, y J.L. Zúñiga, *Haldo*, 24.4.93; sondeo entre manifestantes, RNE, 23.4.93, informativo 13,30):

"Creo que no hay proyecto de modernización para España ni Aragón, si no damos una respuesta efectiva al modelo de Estado autonómico [...]. Por eso, creo que no hay

Progreso para España ni para Aragón, si no logramos conjugar la necesaria convergencia con la imprescindible cohesión social" (Club Siglo XXI, Eiroa, 1992a: 41).

"Las regiones con autonomía plena amparan más al gitano" (Supervía, La Rona, Asociación Gitana, Haldo, 24.4.93); "Nos deben equiparar al resto del Estado, si el pueblo lo pide", Zúñiga, J.L., Haldo, 24.4.93); "[...] A ver si nos hacen caso de una vez", "Por apoyar a Aragón y para ver si de una vez conseguimos algo justo [...]" (Manifestantes, RNE, 23.4.93. DO, 3113).

"[...] Y aclarar a la ciudadanía si sus reivindicaciones de Autonomía Plena, que tanto han contribuido en los dos últimos años a situar su imagen y tan buenos resultados ha dado a su partido, persiguen el interés general de esta tierra o son únicamente una fachada ideológica para garantizar la supervivencia del PAR" (Heraldo, *Oscurantismo en la DGA*. 7.7.93).

"Su política ha sido de patrimonialización del Gobierno regional: ha utilizado usted la Presidencia en muchas ocasiones para defender los intereses de su partido, para llamar a manifestaciones [...], para tratar de dividir a los aragoneses enfrentándolos con el Partido Socialista" (Marco, BOCA, 65: 1983).

Estos reproches de la oposición parlamentaria al Gobierno autónomo recuerda que su tematización de la autonomía plena y del agua, o la que acabaron acuñando las élites sociales aragonesas, adquieren todo su valor, si se ponen en diálogo con el papel de comunicadores públicos que la sociedad les reconocía. Martín Serrano (1992) ve en esta capacidad para definir la realidad o fijar gustos y valores una de las funciones institucionales prioritarias que engendra poder dentro de una sociedad. Esa apropiación del sentimiento social de discriminación denota una voluntad de actualizar la aculturación secular de lo aragonés dentro del Estado, lo que además de teñir de ribetes nacionalistas este discurso identitario (4.1.2) reenvía también a la reproducción de la posición de dominio que ese bloque social disfrutaba. Lejos de constituir un proceso explicativo posterior de lo real, la ideología trabaja el sentido desde dentro (Bajtín y Medvedev, 1994: 55). Por tanto, forma parte de la comprensión semiológica y, en palabras de Kristeva (1974: 15), revela el "valor ideológico del discurso, valor inherente, inseparable y que constituye todo enunciado en el espacio social en que se pronuncia". Si el nacionalismo ocupa el terreno moral y emocional que corresponde a una ideología socio-política (Fox, 1997: 23), el grado de interiorización social de estos valores identitarios de la autonomía plena y el agua prueba su implantación como ideología colectiva y, por tanto, su centralidad semiótica en esta discursivización del acontecer colectivo (4.1).

Hall (1998) lee la ideología como un marco organizador del pensamiento sobre el mundo que poseen los sujetos, quienes incluso se la apropian y la usan para comprender cuál es su puesto y qué deberían hacer. Este *bálsamo de Fierabras* en que se convirtieron la autonomía y el agua (3.1.2)

facilitó una cierta comunión entre élites sociales y comunidad sobre la creencia de que el autogobierno pleno o el aprovechamiento del agua garantizaban la igualdad de oportunidades y, por tanto, daba respuesta, por un lado, a las desigualdades entre territorios propiciadas por el desarrollo autonómico del Estado, que personificaban el Pacto Autonómico y el Plan Hidrológico Nacional y, por otro, a las exigencias de competitividad territorial que demandaba el naciente Mercado Interior y del Plan de Convergencia español. En sus discursos institucionales previos a la fiesta de San Jorge 1992 el Presidente de Aragón asoció incluso el aumento del autogobierno con la Administración Unica, con lo que le atribuyó capacidad de racionalización administrativa del Estado y de control del gasto público. Al margen de la prioridad que el proyecto político del Gobierno autónomo concedía a estas ideas fuerza y a los *topic* que se les asociaban (85), la asunción de este discurso institucional, y en ciertos aspectos de todo el bloque dirigente (23.4.92 [a pg. abriendo]: Haldo, *Eiroa defiende la Administración Unica*), por parte de amplios sectores sociales sugiere que, más allá del combate partidista y político (86), la ideología autonomista e hidráulica derivó en una forma de pensamiento único (Mattelart, 1998).

Siguiendo a Curran (1998c), la ideología se configura como una compleja constelación de ideas y temas que configura un espacio de sentido mediante procesos de asociaciones y reenvíos. Además de los evidentes diálogos que estableció con la idea de progreso (87) a lo largo de la movilización autonomista y del conflicto audiovisual, la ideología articulada alrededor de la *autonomía plena* y de *trasvases* no quedó asociada a otros temas complementarios que constituían ya sistemas de creencias, en concreto calidad de vida, igualdad de oportunidades y competitividad territorial (4.1.1.4). Si estos entrecruces favorecieron la formalización de la autonomía plena y el agua como pensamiento único, a esa referencialidad pública y colectiva se sumaron los diálogos con otras ideologías de prestigio social, como las de modernización y consenso social. Los intentos de formular la polémica por el agua en términos de un conflicto entre la España húmeda y la seca (*La sequía en el sur obliga al Gobierno a adelantar actuaciones del Plan Hidrológico*, La Vanguardia, 10.1.93) se encontraron en Aragón con la tesis mayoritaria de que esa planificación hidráulica proponía un uso desarrollista del agua a favor del Eje Mediterráneo a costa de la España interior (3.1.2); el Gobierno de Aragón argumentó su decisión de convocar la primera manifestación en la voluntad de impulsar un Estatuto de Autonomía "con el mayor consenso político y social" (9.3.92), voluntad que se plasmó en la designación de la Mesa Social para que convocara el acto (88) y en la elección del Justiciazgo, símbolo institucional de la defensa de los derechos aragoneses, como portavoz de los manifiestos.

Este complejo *background* temático explica las condiciones en las que las audiencias de los medios y los receptores de los discursos institucionales se encontraron con este texto. La marginalidad a la que quedaron sometidos en Aragón quienes defendían el Pacto Autonómico y el Plan Hidrológico o su formalización como agresores de lo aragonés en los relatos (Bardají, R. *Contra corriente*, Heraldo,

12.4.92) explican que los principales sindicatos de clase recurrieran a la publicidad (23.4.93: UGT, *El 23-A es patrimonio de todos*, D16; CCOO, *Resolución de CCOO-Aragón sobre el 23-abril*) para explicitar sus reticencias hacia la manifestación y, en conjunto, hacia la apropiación de algunos partidos estaban haciendo de la reivindicación autonomista. Este dato prueba el contexto dialógico en el que los sujetos resemantizaron los mensajes en el consumo: La limitación que se aplicó a la pluralidad social desde los discursos y el clima de opinión sugiere un simulacro de diversidad que Schíller (1996) asocia con la manipulación de las conciencias porque el sujeto debe elegir entre lo unidimensional, aunque sea muchos los productos creados de acuerdo con las conveniencias del mercado. De esta forma, las lecturas preferidas marcadas en los textos (3.1; 3.2.1) se vieron reforzadas por estas prácticas ideológicas de los discursos y del pensamiento social, incluso aunque vedaran algunos aspectos de las conductas sociales e institucionales y del acontecer colectivo:

"estoy dispuesto a conjugar la reivindicación de nuestros derechos siempre que sea necesario con una postura de diálogo y cooperación con las demás instituciones. Confío en que esta línea de actuación nos ayudará a hacer realidad el Aragón moderno y respetado por el que estamos trabajando" (Eiroa, 1992b: 39; publicado como artículo en *Haldo*, 12-X-91).

"no puede, sinceramente, mantener todo el tiempo engañados a todos los aragoneses; no se dialoga diciendo diálogo, diálogo y en la práctica no dando ninguna baza, ninguna información, ninguna propuesta, no permitiendo otra voz, actuando con ocultismo y despreciando al Parlamento" (Marco, *BOCA*, 65: 1985).

"[...] A juzgar por los hechos, el presidente aragonés ha olvidado por completo sus promesas de diálogo y de consenso para sustituirlas por el escasamente democrático 'orden y mando', por el victimismo que tan nulos beneficios ha dado a esta tierra, por la confrontación y por el oscurantismo en su gestión. Un mal camino que creíamos superado" (*Heraldo*, *Oscurantismo en la DGA*. 7.7.93).

Todo esto confirma que se usó la ideología para enmascarar la realidad social, tal como predice el marxismo (Marx y Engels, 1976), o, si seguimos a Perceval (1995: 33), "en sentido maligno" para "pretender enseñar verdades cuando se exponen argumentos falaces, datos escondidos, medias verdades". El protagonismo de determinados actores sociales, como la Iglesia, las Organizaciones empresariales o los medios de comunicación, abren dudas sobre aquel simulacro de adhesión comunitaria a la reivindicación y sobre la neutralidad social de los valores que defendía (4.1; 4.2). De hecho, las diferentes formas de vivir la reivindicación sugieren, en la línea apuntada por Mattelart (1998: 111), que las ideologías se construyeron marcadas por las relaciones económicas o por los intereses políticos de algunos grupos sociales y partidos. El reenvío de la autonomía plena a la Administración Unica actualizó el uso de la movilización aragonesa como parte del acoso político y

social al proyecto socialista encabezado por F. González. Si ese entrecruce prueba, en palabras de Perceval (1995: 33), que se jugó "con las cartas marcadas en lugar de colocarlas sobre la mesa del juego de la comunicación", la conversión de la autonomía plena en ideología comunitaria refuerza esa hipótesis, porque facilitó que esa idea dejara de ser una propuesta programática del nacionalismo moderado y se convirtiera en un bien colectivo (4.1.1); en ese camino se reformuló su contenido político, obviando los componentes partidistas o nacionalistas (4.1.2) en favor de elementos simbólicos, como la dignificación de lo aragonés, lo que denota también su alto componente retórico.

Hall (1998) destaca que las ideologías articulan el espacio de la sociedad civil y del Estado o de las instituciones públicas. En ese proceso, como anota Gramsci (1977), se explicita la complejidad de la sociedad, sus trincheras y fortificaciones, por lo que adquiere valor cómo se reproduce ahí la ideología y cómo interfiere en los procesos relacionados con la hegemonía. En la polémica hidráulica el ministro J. Borrell argumentó que correspondía al Estado la planificación de usos y atención de necesidades sociales, entre ellas la del agua, y presentó el anteproyecto del Plan Hidrológico como la respuesta gubernamental a esa exigencia de vertebración y solidaridad territorial. El Gobierno autónomo presentó esa iniciativa como un ataque a los intereses colectivos (*Eiroa denuncia una campaña de desprestigio de Madrid contra Aragón*, El Periódico, 13.1.93) y se aprestó a organizar una presión social suficiente para paralizar la propuesta de trasvases que recogía ese anteproyecto gubernamental. Esa lógica renovó el acontecer vivido a partir del Pacto autonómico: El pulso político entre gobiernos devino en movilización identitaria de una parte de la sociedad aragonesa. En la polémica hidráulica unos se propusieron como baluartes de la modernidad y la solidaridad o la vertebración de España y otros se dijeron defensores de la justicia y de los derechos aragoneses. Estas propuestas textuales imaginarias compensaron las mutuas contradicciones sociales y comunitarias e, incluso, enmascararon el uso electoral que ambas posiciones hicieron de aquel acontecer (89).

Pero, en lo que tuvieron de pulso político entre dos poderes de un mismo Estado, ese proceso social convulsiónó algunos aspectos de la hegemonía política. Visto desde la perspectiva aragonesa, el apoyo que las Organizaciones Empresariales y los Sindicatos o la Iglesia dieron a las manifestaciones sugiere que, al margen de que en la reivindicación autonomista e hidráulica empezara a dibujar o no un cierto poder en el marco del Estado (4.2.1), el Gobierno de Aragón afirmó su liderazgo institucional en el seno de la sociedad civil (4.1.1.1). Además de otras ciento cuarenta instituciones y organizaciones sociales, el Consejo Pastoral de la provincia de Zaragoza, formado por sacerdotes, religiosos y seculares, respondió a la demanda del Gobierno autonómico respaldando la manifestación para que "se supere la discriminación de nuestra región en relación con otras regiones de España" (Diario 16, 16.4.92). Esa homogeneidad conceptual avisa de que estas ideologías emergentes devinieron en conducto unilateral de las ideas construidas por las clases dirigentes. En ese entorno

simbólico ligar un autogobierno mayor a la competitividad, *sacrosanta* para Mattelart (1998: 120), o la defensa del agua al desarrollo colectivo confirma que se apeló a los sujetos mediante ideas que apoyaban la base económica de la sociedad (90). Las reticencias de los sindicatos y del PSOE a estos por reproducir el peso de esa lógica dominante en las relaciones sociales sugieren que, a la manera sugerida por Curran (1998c: 445), esas ideologías emergentes devinieron también en un lugar de contienda, aunque la marginalidad que los medios asignaron a estas posiciones y la fuerza de la reivindicación como pensamiento único redujeran el debate. Esa mediación de las empresas informativas, junto a su protagonismo en la construcción de las manifestaciones, revela que en ese manejo del debate y de la conformidad social el sistema medial aragonés probó a sí mismo y a los demás su capacidad como poder. Validando la tesis de Marín (1979) de que el lenguaje se convierte en poder a través de una serie de mecanismos sociales institucionalizados, esta confianza en su liderazgo social permitió que antes de la moción de censura algunos medios, especialmente Heraldo, echaran un pulso al partido y a la institución pública más fortalecidos por la reivindicación autonomista y, sobre todo, que se lo ganaran (4.2):

"Atendiendo a la petición realizada por la Mesa de partidos, el Gobierno de Aragón apoya la manifestación en favor de la Autonomía Plena e invita a todos a participar en ella" (Gobierno de Aragón, 22.4.92; anuncio insertado en los diarios aragoneses).

"[...] La catarsis la están reclamando cientos de miles de ciudadanos escandalizados por el espectáculo que les toca presenciar. La reclama también la sociedad civil, indignada por el descrédito de las instituciones. Y los medios de comunicación independientes, para los que no existe otro consuelo que el de haber advertido, desde hace mucho tiempo, que las cosas no puede ni deben seguir como hasta la fecha". (*La catarsis, imprescindible*. Heraldo, 17.9.93).

"[...] Y si no, recordemos el nombramiento de Juan Montserrat como Justicia de Aragón. Tras una feroz campaña personal contra el candidato por parte del Heraldo, bastó un pequeñísimo ajuste de intereses para que todo lo que antes era negro se convirtiese en blanco a los ojos del diario implicado. A eso algunos lo llaman ejemplo de independencia informativa" (El Periódico, *De sonrojo en sonrojo*, 18.8.93 [editorial])

"La única política que les preocupa es la política de masa [...] ha llegado a firmar un convenio con una cadena privada de televisión, simplemente preocupado por la imagen, con desconocimiento de este parlamento" (Marco, J. BOCA, 67: 1058).

Ese mínimo ajuste de intereses al que aludía El Periódico o la independencia de que hacía alarde Heraldo avisan de que en este proceso social el periodismo confirmó su carácter de formación ideológica compleja (Hall, 1998: 49). De hecho, este protagonismo de los medios hizo de la noticia,

cumpliendo lo dicho por Tuchman (1993), la principal práctica productiva e institución social de carácter público a través de la cual se produjo ideología, y por tanto sentido (3.2.1; 3.2.2). La movilización comenzó con una petición del Presidente de Aragón para que los dos partidos estatales firmantes del Pacto Autonómico compartieran gobierno en Aragón (*PP y PSOE deben gobernar juntos*, Heraldo, 5.3.92), lo que demuestra la prioridad del supertema en este proceso social: Esa demanda apenas oculta la quiebra que ese acuerdo suponía para aquel Ejecutivo, porque el Partido Popular había contravenido uno de los compromisos básicos de la investidura del Presidente; la reivindicación aparece así como una estrategia dirigida a que aquel Gobierno pudiera continuar mediante el apoyo del PP a una autonomía mayor a la recogida en el Pacto estatal y, al mismo tiempo, colocando a la oposición parlamentaria del PSOE en una posición de debilidad. Este discurso político, sin embargo, sólo cobró virtualidad a partir de la noticiabilidad que los medios dieron a ese conflicto político entre dos gobiernos, o quizá mejor entre dos partidos. De ahí que, partiendo del espesor de las conductas de las empresas informativas y de los discursos mediales (91), la noticiabilidad se revela como una de las ideologías que más contribuyó a que, siguiendo a Mattelart (1998: 123), esta producción social de sentido no fuera fruto de una sociedad civil articulada ni de un espacio libre de comunicación entre individuos soberanos, sino de un intento de cambio social gestionado desde la *market mentality* (4.1.2.3; 4.2.1).

Como formato narrativo, la noticia activa un diálogo simbólico que, en el marco de las industrias culturales, tiende a compensar la impotencia política y el anonimato social en que se consumen la mayoría de los hombres y para ello, en palabras de Morin (en Martín Barbero, 1993: 65), comunica lo real con lo imaginario. En épocas previas a la industria cultural hicieron posible ese encuentro el mito, el folletín o el melodrama, pero en la hegemonía de lo masivo el periodismo ha ocupado ese lugar y se ha apropiado esa función de la fábula: Para Colombo (1976), la masificación revive "de modo siempre igual experiencias diversas en las que son exaltados y mitificados los héroes, los riesgos y el final feliz"; según Martín Barbero (1993), ofrece una ración de imaginario para poder vivir combinando la racionalidad instrumental de lo real con la demanda de mitos y héroes. Para Frye (1996), el mito une el lejano momento de la historia con el presente de la lectura en un viaje metafórico que produce conocimiento de forma emocional más que lógica. De ahí que esa función mitológica de los medios aparezca como uno de los principales dispositivos que les permite hacer socialmente de la noticiabilidad un aparato de ideología. Aunque sustituye esa discontinuidad temporal del mito por una presencia abusiva del presente, la noticia hace operativos arquetipos de cultura primitiva, porque en su diálogo semiótico con el imaginario trasciende lo actual uniéndolo al pasado y proyectándolo al futuro (3.1).

El hecho de que los relatos mediales utilizaran de forma preferente registros de fiesta o de drama (3.1.1) o que socializaran su idea de la autonomía plena o de la defensa del agua mediante registros

emocionales y simbólicos (3; 3.1) confirman que, como sugiere Wolf (1997: 332), sus discursos entrecruzaron el acontecer real con la ficción apelando a la memoria de los sujetos desde ese mix cognitivo. Lo informativo se subordinó incluso a lo simbólico, haciendo posible que la autonomía plena con justicia y beneficio colectivo (Diario 16, *Lo que en justicia corresponde a Aragón*, Dossier sobre Autonomía Plena, 23.4.92) o del convenio televisivo como un peligro para la autonomía y el futuro de la comunidad (Heraldo, *Ahora, lo que importa es el futuro*, 15.9.93. Editorial). Esa preeminencia de lo que podría ser sobre lo que ha sido o es no sólo deriva del carácter de acontecimiento mediático que tuvo una parte de este acontecer (3.1.1); también reenvía a ese acercamiento de la noticiabilidad al mito, explícito no sólo en la fuerza de los registros melodramáticos o metafóricos, sino también en la presencia de lo ritual. En cuanto que convirtió a la sociedad o al pueblo aragonés en emisores y protagonistas de la movilización, la comunicación medial se ajustó a las exigencias que Guiraud (1972: 120) pone al rito de que el grupo se sitúe en el centro "ya sea en su totalidad o en forma de oficiantes a los cuales delega la comunicación". Pero, si esa tradicionalidad del rito se hizo especialmente nítida en las manifestaciones populares, también los mismos discursos mediales e institucionales se ritualizaron, en unos casos aprovechando determinadas apelaciones al imaginario colectivo (3.1.2), en otros usando algunos de los valores míticos que la sociedad aragonesa otorga a la noticia y a sus constructores (3.1.2).

El tono con que Heraldo editorializó, el empeño con que jerarquizó la noticiabilidad autonomista y televisiva o la forma con que entrecruzó información, opinión y fábula en su discurso noticiero reenvía a la fuerza de su liderazgo en el imaginario colectivo de los aragoneses, sobre todo de los zaragozanos (Ansó, 1992). Y, por ello, cabe inferir que esa apuesta informativa facilitó la atención, comprensión, aceptación, memorización y acción por parte de sus audiencias. Más allá de que otros factores, como las divisiones entre los partidos o la desconfianza social hacia los políticos (Ansó, 1992; Malo de Molina, 1992b; Díez Nicolás, 1993), invitaran a no dejarse influir, en la línea apuntada por Ghiglione (1997: 304). Cuando analiza la memoria semántica, aquella que cada uno va construyendo a lo largo del tiempo, Wolf (1997b: 330) destaca que los sujetos integramos en ella los nuevos datos mediante un proceso de negociación entre las diferentes fuentes de conocimiento y la propia experiencia personal, de forma que acabamos configurando un esquema conceptual que nos ayuda a organizar la experiencia, a hacer frente a los múltiples impulsos que recibimos y seguiremos recibiendo sobre un asunto. Esa fuerza de lo mítico en los relatos mediales avisa de que, como señala Morin (1976: 172), la cultura de masas ayudó a consolar a la sociedad aragonesa *de la vida que nos falta* o a distraerla *de la vida que nos toca* y, por ello, sugiere que esos *dobles* míticos se convirtieron en una de las grandes influencias cognitivas que mediaron la vivencia social de este acontecer colectivo:

"Durante un año, hemos caminado juntos, en equipo, y a medida que hemos ido superando obstáculos [...]. En esa profunda cohesión interna, apoyo mi invitación a la esperanza, a la confianza en nuestras propias fuerzas y a la ilusión colectiva" (Discurso SJ93: 6).

"Desde mi responsabilidad de gobierno me esforcé por hacer llegar este mensaje, aunque sin dejar de insistir, a la vez, en que aquellas movilizaciones populares no iban contra nadie, sino únicamente a favor de Aragón, de su pleno autogobierno" (Eiroa, 1995: 13).

"un pueblo que hoy está compartiendo una pesadilla, una crisis que afecta y que condiciona nuestro presente. [...] la crispación mayor que existe entre las diecisiete Comunidades Autónomas con el Gobierno de la Nación, el mayor punto de enfrentamiento lo mantienen ustedes [...] les dice que no van ustedes en la dirección adecuada" (Marco, BOCA, 65:1983).

Al descifrar los tics y manías de la cultura pequeño burguesa, Barthes (1988) concluye que la relación de la sociedad con el lenguaje es política, sobre todo en los lenguajes secundarios, como los mitos o la cultura de masas: Su carácter connotativo posibilita que los signos sustituyan a las cosas de forma que estas pierdan el recuerdo de su fabricación, se vacíen de historia y, aunque subviertan lo real, se vistan de naturaleza. La prueba de que el mito dominó también los discursos políticos (Eiroa, 1995: 13; Marco, BOCA, 65: 1983), por un lado, sugiere cómo trabajó la ideología en ese mundo discursivo, facilitando que, a la manera esbozada por Carontini y Peraya (1979: 87), la comunidad pusiera en juego su moral o su visión del mundo y los exaltara hasta convertirlos en instrumentos de adhesión social; y, por otro, rubrica que, al postularse como guardianes de los intereses de Aragón, los medios y las instituciones unieron la función que Levi Strauss (1977) atribuye al mito de activar las preocupaciones fundamentales del hombre y la cultura en que vive con la capacidad de lo mítico para enmascarar las cosas mediante la connotación y lo retórico, llegando incluso, en palabras de Williamson (1978), a crear una realidad exclusivamente discursiva. Las interpelaciones a la armonía y al consenso social de instituciones y medios (*Participemos todos de este gran día por la Autonomía; Pignatelli, un espacio abierto para que nadie se quede fuera; Todos a la calle, A la calle de nuevo*) o los registros emocionales, simbólicos y connotativos predominantes en sus discursos (*Historia de una marginación; Una manifestación que hará historia*, D16. 23.4.92; *Juntos somos un gran equipo*, Gobierno de Aragón, 1992) prueban que lo ideológico se expandió a la doble cara del lenguaje y, en este caso, del mito, la que marca su enunciación y la que vehicula sus contenidos (92).

De esa forma, los discursos activaron toda la capacidad que Wells (1994: 192) atribuye a la connotación para actualizar los "fragmentos del pensamiento ideológico" y, si seguimos a Williamson (1978), también para propiciar el estado de comunión y de mitificación con que los participantes se

implican en los ritos. Esa interacción de connotación, mito e ideología explicita alguno de los dispositivos mediante los que la ideología se naturalizó en los discursos. A estos debe añadirse el uso de lo publicitario que hicieron las instituciones públicas, sobre todo el Gobierno autónomo, y los medios. Algunos ejes de comunicación de la publicidad institucional, y más aún su secuencialidad (*Somos un gran equipo*, abril 1992; *Aragón crece fuerte*, otoño 1992; *Colores en alza*, abril 1993), revelan por qué Greimas (1971; 1976) atribuye a la publicidad la misma capacidad del mito para crear oposiciones que después finge conciliar. En ese encuentro con la connotación y el mito (93), la publicidad ayudó a que se cumpliera la predicción de Martín Barbero (1993: 154) de que en lo masivo se reconcilian las clases y reelaboran las diferencias sociales. A ello contribuyó también el relato mítico de los medios que, al reducir el conflicto a cuestiones personales y obviar, por tanto, sus componentes de clase y poder (94), negó las diferencias vinculadas a la división social del trabajo y, en cambio, igualó a los lectores como audiencias que participaban de un espectáculo con componentes rituales, validando así la tesis de Colombo (1976).

Este tipo de manufactura discursiva revela que, cumpliendo la predicción de Tichenor, Donahue y Olien (en Saperas, 1987: 134), los medios elaboraron sus contenidos y eligieron sus estrategias discursivas en función de la estructura social y de los intereses de quienes ejercían el poder o actuaban junto a él (3.2.1). En la polémica sobre el paro los conflictos de clase quedaron enmascarados bajo la comunidad de intereses territoriales que se atribuía a la movilización (95): Formalizada como una *guerra de pancartas*, los titulares mediales personalizaron esa discrepancia sobre los contenidos de la manifestación y la contextualizaron poniéndola en relación con la demonización de la centralización política, con lo que eludieron los atisbos de disgregación que pusieran en peligro el apoyo a la movilización y contribuyeron a la ideología del consenso social diluyendo en él los diversos intereses particulares, entre ellos los burgueses (4.1.2.3). Este control de la respuesta social y de la distribución selectiva de información por parte de los medios sugiere, a la manera que anota Saperas (1987: 130-3) en su análisis del *Knowledge Gap*, cómo aquellos regularon el sistema social y le dieron estabilidad. En el comienzo del malestar sobre el convenio televisivo los medios enunciaron de forma neutral y distante (28.6.93: D-16, *Eiroa aportará en el Debate de la Región soluciones para poner en marcha la TVA*; Heraldo, *Eiroa quiere relanzar la RTVA y cambiar el proyecto inicial*); cuando se hizo público el acuerdo con A3 TV, esos registros dejaron paso a una implicación vestida muchas veces de objetividad (3.7.93: D-16, *IU denunciará el acuerdo de la TVA suscrito entre la DGA y A3*; Haldo, *El convenio suscrito entre la DGA y A3 plantea dudas legales*). Al margen de su valor persuasivo, esa forma de crear realidad a partir del lenguaje usó que los nombres son meras palabras y, por tanto, pueden moldearse hasta disfrazar las ideas (Goebbels en Aronson y Pratkanis, 1994: 77). De ahí que, siguiendo a Grandi (1995: 207), algunas formas discursivas, como el mito, la connotación, la figuración, el relato, la noticia y la publicidad, fueron usadas como mitologías que naturalizaron lo que hubo de intereses y creencias particulares en aquellas ideologías:

"Cámara de Comercio de Huesca (COCI) apoya la Plena Autonomía para que Aragón 'tenga idénticas posibilidades de progreso y crecimiento económico que las regiones de su entorno'" (Diario del Altoaragón, 21.4.92: 1).

"las revueltas de los siglos XVII y XVIII de nobles y burgueses llevados por intereses oligárquicos [...], virtualidad efectiva de un triste acto folklórico instrumentalizado por el Gobierno de la DGA [...]. (Diario del Altoaragón, *La incongruencia del 23 A*. 17.4.92. Cartas).

"[...] nos están traicionando [...]. Nos vemos el 23 A", Diario del Altoaragón, 12.4.92. Cartas).

*Campanas por la Plena Autonomía* (Heraldo, comentario del sacerdote encargado de la Parroquia del Portillo, 22.4.92: 3).

*Los trabajadores aragoneses por la autonomía* (El Día, 21.4.92).

*La marcha moviliza a los aragoneses* (Haldó, 19.4.92:3, encuesta a veintisiete líderes sociales o personajes públicos).

"los recelos iniciales no se superaron hasta última hora [...]. Su presencia en la manifestación supone un desmarque de la proximidad que se ha mantenido hasta ahora con el PSOE de José Marco que había integrado a algunos de sus responsables en la dirección socialista" (El Día, *Agricultores y fuerzas sociales olvidaron sus recelos previos*. 24.4.92).

Las ideologías, tanto si se formulan como discurso como si se conforman y expresan a través de otras actividades sociales (96), no se dan aisladas, ni permanecen inamovibles (Hall, 1998); a la manera apuntada por Bajtin y Medvedev (1994: 49), necesitan insertarse en los procesos sociales y, por tanto, participar en unas u otras formas de intercambio simbólico. También las noticias deben ser retomadas como temas de conversación en las relaciones intersubjetivas, según recuerda Katz (1997: 318) al esbozar el paradigma de G. Tarde, para que los medios de comunicación influyan sobre la opinión social. Por tanto, la forma en que la sociedad aragonesa vivió este acontecer social y, en consecuencia, el funcionamiento de las diversas ideológicas reenvía a la construcción noticiosa de lo real, pero más aún a las diferentes formas de conversación que mediaron para que ese relato se introdujera y perviviera en la intersubjetividad social. En la polémica audiovisual la connivencia de algunos medios con el Partido Socialista se explicitó en noticias y comentarios críticos con el Gobierno que el PSOE convirtió, luego en razones para la moción de censura (BOCA, 67: 1058): En uno de sus editoriales [*El trasfondo del escándalo*, 15.8.93] Heraldo afirmó que, con la regionalización de la Televisión, el despilfarro del Gobierno autónomo totalizaba "bastante más de veinte mil millones"; en rueda de prensa posterior (31.8.93) el PSOE retomó esa idea como un dato y Heraldo la jerarquizó abriendo edición con ella (*El PSOE acusa a la DGA de malgastar 21.000 millones*, 1.9.93) y la validó en

sus comentarios que "no yerran en sus cálculos los dirigentes del PSOE", aunque "también tienen que blanquear su propia casa" (*Veintiún millones...y más*. La Rotonda, 1.9.93).

La *Agenda setting* afecta a la forma en la gente organiza y estructura el mundo (Wolf, 1994). Sus efectos cognitivos se multiplican, según Grossi (en Saperas, 1987: 156), si los componentes míticos y rituales de la noticia se ponen en relación con otras instituciones y sistemas sociales e interpersonales, estratégicas en el conjunto de la acción social (Ibid, 47). En este caso esa noticiabilidad se trasladó al debate político, como demuestra que el Presidente del Ejecutivo autónomo replicó a esa acusación que "los 21.000 millones son un plagio que no responde a la realidad" (El Periódico, 2.9.93) y las estaciones de esquí informaron que "*la innivación ha salvado las últimas temporadas*" (Haldo, 2.9.93). Esta forma de inclusión de lo noticioso y mediático en la conversación social se repitió, también, a lo largo de la reivindicación autonomista: De hecho, este dispositivo discursivo y conversacional facilitó el papel de vanguardia identitaria realizado por los medios, como demuestra la forma en que se dotó de contenido a la demanda de autonomía plena (3; 4.1; 4.2). Según Katz (1997: 317), en los acontecimientos políticos más que en ningún otro tipo de procesos, la prensa alimenta la conversación, esta modela la opinión y, a su vez, esta desencadena la acción. Más allá de la mediación que ejercieron los líderes de opinión o de los efectos que pudieron derivarse del flujo informativo en dos etapas, la conformidad social con la autonomía plena y la defensa del agua, la participación en las manifestaciones u otras opiniones, creencias y actitudes que acabaron modificándose (Malo de Molina, 1992b; Ansó, 1993, 1994) reenvían a la imbricación que lo político tejió con lo noticioso y, a través de ese entrecruce, a la preeminencia que esa semantización sobre *trasmisiones, no o autonomía plena* adquirió en la comunicación interpersonal. A ello contribuyó el énfasis que la agenda medial puso en estas ideas y en la polémica política generada, pero también la prolongación de ese impacto mediático político durante año y medio.

Katz (1997: 320) insiste en que el flujo de influencia generado por la inserción de la noticia en la conversación afecta al grupo, y no al individuo, porque exige reciprocidad e intercambio. Desde esa lógica ese efecto trasciende la enunciación (3.2.1) e, incluso, esa primera conexión que permite el paso de lo noticiero a la comunicación interpersonal (3.2.2). Al situarse en unos procesos hechos de reenvíos simbólicos permanentes como es el caso de las relaciones interpersonales, no sólo la polisemia de la enunciación o la presencia de lo subjetivo en el encuentro con el texto se revelan incapaces de explicar el libre juego de la significación (3; 3.1); también las mediaciones culturalistas, como la familia o el ocio, se han probado limitadas para dar cuenta de cómo se fija el sentido (Curran, Morley y Walkerdine, 1998 [comps]). Comprender la significación a partir de la socialización del signo se ha convertido en una exigencia para los mismos estructuralistas, como prueba la semiótica de las situaciones que Greimas ha incorporado a su semiótica estructural para tratar de forma integrada los problemas de contextualización de los discursos (Grandi, 1995: 198). Si Bajtin y

Medvedev (1994: 195) han afirmado que sólo la valoración social une la existencia singular del enunciado con la plenitud y el carácter general de su sentido, también la reflexión etnográfica de las audiencias que la Escuela de Glasgow ha considerado la única capaz de "captar todos los significados plenos de las actividades de la gente" (Barker/Beezer, 1994: 17). Pero, como constata Curran (1998a/b; 1997), los diferentes modelos comprensivos apenas han podido resolver algunos de los problemas que plantea la producción y funcionamiento de la significación.

Vivir implica apropiarse el mundo dentro de la cultura (Hall, 1998: 45). Y, puesto que el sentido se coproduce en la emisión y la recepción, enunciador y enunciatario se revelan en esa tarea, como señala Ghiglione (1997: 322), roles alternativos y complementarios dentro de la discursividad social (3.2.2). Ambos comparten, aunque sea de forma momentánea, determinadas experiencias, contenidos, códigos y ritos de comunicación. Por ello forman parte, al menos parcialmente, de una comunidad simbólica y de interpretación, entendido este término no sólo ligado al consumo compartido (3; 3.1.2), sino también a la negociación que establecen emisor y receptor (97), tal como sugiere Wolf (1997: 329). En ese diálogo la capacidad de influencia de la conversación tiene límites, como la dificultad para formar directamente opiniones que le adjudica Noelle-Neuman (en Katz, 1997). Por ello, su capacidad para entrecruzar los discursos sociales requiere el complemento del espacio público en el que los sujetos viven lo real y se encuentran con el texto (98). Si seguimos el razonamiento de Habermas (1994; 1997), el espacio público se revela como un factor tan determinante en la producción de sentido como la ideología, porque asegura la socialidad en la que se enuncia, se participa en la comunicación y se usan los textos (3; 3.1.1). En este proceso social el predominio del espacio público postburgués (3.1.1) explica, siguiendo a Dahlgren (1997: 261), el intenso diálogo que mantuvieron los discursos sociales con el espectáculo, las relaciones públicas, y la publicidad o que algunos de ellos interpelan al imaginario colectivo y a la memoria semántica de los sujetos convirtiendo "en formas ficticias todo lo que es sistemáticamente eliminado de la vida", tal como Wolf (1991: 117) atribuye a la cultura de masas; o, según Morin (1976; 172), ofreciendo lo irreal como "ejemplo de la búsqueda de la felicidad":

"El Consejo de Pastoral Diocesano, integrado por diferentes estamentos eclesiásticos representantes de diferentes zonas de la diócesis de Teruel-Albarracín, ha hecho pública una nota reclamando la ampliación de competencias [...] y en apoyo de la manifestación [...]. El texto denuncia 'los graves y urgentes problemas de nuestra tierra' que, a su juicio, exigen, para su solución, la unidad de acción de todas las fuerzas políticas en favor del pleno desarrollo autonómico" (Heraldo, *El Obispado apoya la plena autonomía*, 2.4.92).

A. Burriel (IU), Ch. Bernal (CHA), J.M. Mur (PAR) acompañan a Labordeta cantando el Himno a la libertad: ' Habrá un día en que todos...'; saliendo por la derecha, J.I. Senao

entona con castañuelas en las manos 'Que viva España...' (Diario 16. Viñeta de Póstigo, faldón a toda página, acompaña fotografías de la concentración ante el Congreso, 16.11.92).

"[...] A los lemas iniciales se sumaron cientos de pancartas de partidos y colectivos sociales por la autonomía y contra los trasvases y otras que reclamaban, simplemente, *No al paro autonómico* o, simplemente, *Ya* [...] Gastón leyó un manifiesto donde reclamo un pacto de los partidos aragoneses para conseguir una autonomía plena que 'no es ninguna utopía'. Calificó el resultado de la marcha como un verdadero 'plebiscito' y animó a los aragoneses, en un emocionado discurso, a mantener su exigencia por el agua y el Estatuto" (El Periódico, *El clamor del 23-A decide a Eiroa a pedir un referéndum*. 24.4.93 [abre página, a 5 cols]).

'En este acto, señoras y señores, estamos reactivando la colectiva imagen de Aragón, creación milenaria de energía espiritual y valores político morales que siguen en marcha hacia el futuro" (Lisón, C. Discurso en representación de los Premios Aragón, acto oficial Gobierno de Aragón, 22.4.93 [corte dado por TVE, Informativo 14 horas, 23.4.93]).

El hecho de que diferentes segmentos de la sociedad aragonesa vivieran de esta forma algunos acontecimientos de la reivindicación por la autonomía y el agua denota hasta qué punto la naturaleza del espacio público en que se enunciaron y consumieron los signos afectó a las estrategias discursivas, a los contenidos de los mensajes y a los contextos en que estos fueron usados por los receptores (3.2.1; 3.2.2). Como dice Dahlgren (1996: 262), la preeminencia del espacio público moderno produjo marcos interpretativos comunes que condicionaron la producción de sentido y la fruición social de estos discursos. En las fechas previas a las manifestaciones medios y Gobierno autónomo destacaron el carácter festivo y a la vez reivindicativo de las convocatorias. En 1992 y 1993 el Presidente de Aragón pidió un acto festivo, participativo y abierto a todos, pero anticipó que, si eran un éxito, se plantearía la convocatoria de un referéndum (4.1.1.5; 4.1.2.3). Lo que pudiera haber de radicalismo identitario en esa formulación política de la reivindicación se convirtió, por la misma lógica que había mutado el sentido de autonomía plena en el símbolo de un ideal social, en un mensaje vago, impreciso, emocional que nunca sobrepasó el consumo mediático. El Gobierno autónomo no llegó a formularlo como propuesta política y tampoco lo demandó la sociedad. Ese tipo de diálogo mutó el valor político que le hubiera atribuido un espacio público burgués, porque fue construido y circuló en un espacio público dominado por el espectáculo y el mito.

De hecho, los liderazgos se construyeron también, como apunta Dahlgren (1997: 261), desde el relato ficcionado que elaboraron medios e instituciones y desde el sentir de una comunidad que acabó siendo más público que pueblo. Esa situación de comunicación y contrato enunciacional explica la vaguedad de las ideas fuerza de la movilización y, más aún, de la misma autonomía plena.

Además de que favoreció que connotaran el valor que unos y otros sujetos sociales quisieron darle (4.1; 4.2), esa forma enunciativa recordó las generalidades rutilantes que la publicidad o la propaganda política gustan de usar por su capacidad para asegurarse un cierto consenso social sobre las ideas (Aronson y Pratkanis, 1994: 71). Pero, si esa lógica discursiva impulsó la movilización y facilitó que parte de la sociedad la viviera de forma identitaria, también propició que quienes habían personificado la oposición a la autonomía plena se apropiaran de ella (*Marco anuncia que reformará el Estatuto*, El Periódico, 15.9.93) y disolvieran la reivindicación, sin que medios o sociedad civil expresaran algo más que atisbos de disonancia cognitiva (4.1.2.3). En palabras de Colombo (1976: 97), el espectáculo redistribuye el sentido y lo hace circular por debajo de la cultura, de los procesos de aprendizaje, socialización y escolarización. En esta discursividad social el interés se desplazó, cumpliendo la predicción de Colombo (Ibid, 83), del contenido de los mensajes a las técnicas, modalidades y rasgos de presentación del espectáculo. Más aún, su eficacia comunicativa y, por tanto, el conjunto del proceso cognitivo se apoyó, siguiendo a Barthes (1974), menos en lo veraz que en lo verosímil.

El reparto de roles actanciales que hicieron los medios en la movilización autonomista reservó al Justiciazo y al Presidente de Aragón la función de *héroes* que personificaban la defensa de los intereses aragoneses; siguiendo a Propp (1968), los dirigentes socialistas que defendieron el Pacto Autonómico (Diario 16, 13.4.92, Postigo asocia a J. Marco con el Gran Dictador de Chaplin y J. Bolea opina que *ya son los malos de la película*; El Día titula con *Cabezudos* el empecinamiento de la Dirección Regional del PSOE en no ir a la manifestación) o el Plan Hidrológico (Diario 16, 20.1.93 *El bueno, Eiroa; el feo, el PHN; el malo, Borrell*) devinieron en *agresores* del interés colectivo. Como los efectos cognitivos aumentan cuando los relatos mediales no pueden constatarse a través de la experiencia (Pratkanis y Aronson, 1994), el carácter ficcional de estos discursos y el poder de los medios para crear contextos ayudó a que esa lectura preferida encontrara eco en la conversación y en la interdiscursividad social: Los sondeos de opinión, las declaraciones de lectores y oyentes, la demonización o mitificación que aplicaron los medios a unos y otros demuestran que ese relato devino en creencia social. Convertidos en criaturas míticas a la manera de los dioses griegos (Guiraud, 1972: 133) o dotados de la fascinación de encarnar todos los rasgos idealizados del jefe (Colombo, 1976), estos *héroes* hicieron cada vez más atrevidas en lo político y espectaculares sus estrategias o discursos, como prueban la intervención del Justicia ante el Congreso o los avisos de referéndum que realizó el Presidente de Aragón. Sin embargo, al invertirse en el convenio audiovisual el reparto de roles (Heraldo, 15.8.93: *Eiroa, el consentidor; Biel, el impulsor, Acín, el mediador*) por la lógica mercantil e institucional de los medios, esa nueva demonización creó el contexto necesario para la sustitución del Presidente Autónomo (*Gomarcazo*, El Periódico, 16.9.93; *El tráfuga pone a Marco en la DGA*, Heraldo, 16.9.93); con anterioridad, una operación político

mediática similar había propiciado el cambio del Justicia (El Periódico, *Cristóbal 'decapita' a Gastón por el 23 A*, 26.4.93).

Colombo (1976) sostiene que, aunque tengan público e influencia, los liderazgos electrónicos carecen de base social y territorio, de pueblo y de poder. En este acontecer la celebridad y éxito mediático no generó un liderazgo social que les capacitara para soportar la polémica política. Más bien, el mismo discurso mítico y retórico que construyó esos liderazgos en el espacio mediático más que en el social puso las condiciones para que fueran anulados y sustituidos. Sólo hizo falta, para ello, que un uso retórico de lo verosímil, el peor de los sofismas para Perceval (1995), legitimara mediáticamente una moción de censura que vistió de representatividad social un cúmulo de intereses o servidumbres particulares (Heraldo, 1.9.93: *El Justicia pide la nulidad del convenio porque supone 'un fraude al Estatuto'; Mas claro, imposible* [edit]), igual que antes había hecho creíble socialmente el carácter comunitario de unas movilizaciones que el Gobierno autónomo construyó desde su privilegiada posición institucional y sus recursos ("*La Mesa de partidos nos ha convocado a todos*", Heraldo, 21.4.93) o que el Justiciazo, entonces representado por E. Gastón, representó a partir de discursos más nacionalistas que identitarios (4.1.2). Este espacio público *mediatizado*, postburgués, llevó la verosimilitud mucho más lejos de los ámbitos de la noticiabilidad, porque el protagonismo del espectáculo y el mito hicieron creíbles no sólo los sueños o las ideas imposibles, como la ligazón establecida entre la autonomía plena y la solución de los problemas colectivos o entre el convenio televisivo y la traición a la autonomía plena, sino también los múltiples elementos ficcionales y algunos atisbos de fantasía:

"Los de Madrid, siempre son los de Madrid. En Madrid han firmado un Pacto Autonómico que nos hace la puñeta y temen que la *mani* se convierta en un referéndum contra ellos mismos" (Lorén, S. Diario 16, 13.4.92).

"[...] Marco, contradiciendo a su propio ministro, asegura que Aragón ya no tiene derecho a ningún hecho diferencial" (Diario 16, 13.4.92 [suelto]).

F. González, con los ojos tapados, juega a tirar una cucaña denominada Aragón, (El Periódico, Postigo, viñetas, 20.1.93).

"Aunque seamos un pueblo tan rico en grandes individualidades como escaso en instituciones, [...] el autogobierno aragonés se ha construido desde la voluntad popular y la representación de toda la sociedad, con independencia de ideologías y de procedencias territoriales" (Eiroa, 1995: 34).

Pero, si esa conexión de la noticia con el mito y el espectáculo amplió los límites de lo fantástico y, por tanto, de la verosimilitud, el episodio de los veintiún mil millones malgastados por el Gobierno autónomo avisa de que se pusieron en juego otras caras de la retórica de lo verosímil. Ese ejemplo

revela que en los relatos de unos y otros abundaron los factoides, supuestas realidades imposibles de probar (Heraldo, *Biel evitó dar pruebas de posible prevaricación*, 23.7.93), u otras formas de desinformación y propaganda, como el rumor o la mentira mil veces repetida. Además de que evidencia la contribución de lo retórico a la creación discursiva de realidad y algunos de los dispositivos mediante los que formas particulares de percibir el acontecer ganaron terreno social e, incluso, se convirtieron en hegemónicas, estos usos de la verosimilitud y la fuerza que adquirieron dentro de los procesos masivos de comunicación ejemplificaron la forma en que las clases dirigentes se apropiaron el poder de la palabra (Barthes (1974: 10). Al margen de que, como sugieren Pratkanis y Aronson (1994), pudieran satisfacer necesidades psicológicas de la sociedad, este tipo de discurso se convirtió en una barrera que medió la relación del público con la realidad (Ibid, 304). En el caso de los millones improductivos la imposibilidad de probar la falsedad de esas acusaciones facilitó que el PSOE los incluyera en su exposición de motivos para la censura los mismos millones improductivos, aunque sin citar entre esos proyectos el relativo a la nieve, y por tanto que acabara funcionando como una prueba del supuesto desgobierno y de la necesaria censura. Esta manipulación revela cómo lo verosímil mutó los discursos en propaganda y esta articuló el consenso social (Pratkanis y Aranson, 1994: 25). En ese espacio discursivo la acción conjunta de los medios y los partidos e instituciones se revela especialmente ideológica y política, porque, como señala Saperas (1987: 109), condicionó la construcción social de lo real que hicieron las audiencias.

Como demuestran el episodio del botijo o la presencia de otros estereotipos en los discursos mediante los que instituciones y medios se imaginaron lo aragonés, esa trampa de lo verosímil se alimentó también de los tópicos implantados en la sociedad y en el discurso político. Según Hall (1998: 45), lo ideológico opera a través de costumbres que se producen y sitúan en la interacción que mantienen la referencia y la significación. Y, para Perceval (1995: 34), la ideología maneja las opiniones admitidas, los tópicos de la sociedad. Ese encuentro de lo verosímil con el tópico duplicó, pues, los componentes ideológicos de algunas conductas y estrategias discursivas. Tras sus reuniones con numerosos colectivos sociales, el Presidente autonómico dijo haber escuchado "el deseo de que Aragón alcance la autonomía plena a través de una reforma del Estatuto que sea consensuada entre los partidos y que recoja el sentir de toda la sociedad" (Discurso institucional, 23.4.92: 4), mensaje que reiteró tras las tres manifestaciones. Durante la polémica televisiva Heraldo se formuló como portavoz de muchos aragoneses, miles de contribuyentes, entre los que se "generaliza una impresión tan concreta como determinante: *ibasta yai*", igual que en "múltiples sectores sociales y políticos que reclaman un respeto a las reglas del juego" (Heraldo, *La Rotonda*, 20.8.93). Al apropiarse, en el primer caso, el mito del consenso social y, en el segundo, la capacidad para representar a la sociedad que se atribuyen los medios, estas propuestas textuales confirman esos entrecruces ideológicos de lo verosímil y opiniones socialmente. Incluso sugieren que, a la manera

dibujada por A. Minc (1995), actualizaron la tendencia de la sociedad demoscópica a ocultar su opacidad bajo la supuesta visibilidad de sus entrañas.

En la polémica audiovisual el Justiciazgo se nominó defensor del Estatuto de Autonomía para convertirse en juez de las sombras e irregularidades que algunos medios, preferentemente Heraldo, habían atribuido al convenio firmado por el Gobierno autónomo y Antena 3 TV; sin embargo, el Ejecutivo autónomo le reprochó después haber resuelto su informe contra el convenio con premeditación y sin respetar el derecho de defensa. Este uso de la imagen del Justiciazgo como defensor de los derechos aragoneses confirma como la verosimilitud, los estereotipos y los simulacros de transparencia social e informativa facilitaron que las contradicciones políticas y sociales quedaran enmascaradas bajo el mito del consenso social o que las tensiones derivadas de intereses divergentes se vistieran de beneficio colectivo. Para Schíller (1974), la neutralidad institucional y la ausencia de conflictos sociales constituyen dos de los mitos que la manipulación usa para estructurar el contenido de los mensajes y modelar la conciencia. Las conductas del Justicia, el Gobierno de Aragón o los medios confirman que la mayoría de los discursos sociales invocaron ideológicamente la neutralidad y la objetividad para describir actitudes intencionadas y saturadas de valores. Dada la necesidad que los proyectos nacionalistas tienen del consenso social (Llobera, 1996; Máiz, 1997 [comp]) o los medios de presentarse como sostenes de ideas que encarnan intereses comunes de toda la sociedad (Schmúcler, 1970), esas estrategias discursivas de cubrirse bajo lo colectivo se revelan como recursos propios del mito que, siguiendo a Schíller (1996), ayudan a asegurar la continuidad del *statu quo* al reducir o dejar sin espacio discursivo a las diferentes formas sociales de conciencia crítica:

" [...] Y la convocatoria también se la puede atribuir él personalmente. Quizá por intereses partidistas, a lo mejor para disimular sus divergencias con el PP, pero tuvo el valor de hacer un llamamiento en una época de desmotivación general" (Domínguez, M.P. *El liderazgo de Eiroa y Triviño*, El Periódico.24.4.92).

"La reforma del Estatuto de Autonomía no puede ser vista como una labor de Gobierno o de partido, sino como tarea de todos los aragoneses. Si alguien trata de capitalizar estas actuaciones se equivoca. Tras el 23 A, el Gobierno renunció a su posible iniciativa porque es mejor y más positiva la participación de todos" (Entrevista a Eiroa, Heraldo, 8.11.92. *E. Eiroa: "Mi ausencia en el 15 N puede limar la crispación con Madrid"*).

"no se presente como Mesías ni como redentor [...] lo lamentable es que usted haya hecho uso de una institución que no es lo mismo que servirla" (Sancho, B. *Carta al ¿Justicia? de Aragón*. Diario 16, 18.11.92).

"El PAR quiere recuperar con el 15 N el terreno que perdió en las Autonómicas" (Alvarez Cascos, El Periódico. 19.11.92).

"[...] sería positivo que Eiroa no se coloque en minoría con el 23 A, porque esa no es la fiesta del PAR, es la de Aragón" (Piquer, C. *El Periódico*, 6.4.93).

Como revelan estos textos, la fuerza del espectáculo y el mito en la mayoría de los discursos acabó trivializando los conflictos políticos o empresariales y reduciéndolos, en gran medida, a problemas personales. Así J. Marco (*Diario 16*, *Elemental Querido Marco* [parodia de S. Holmes], 24.4.92) personificó el apoyo socialista al Pacto Autonómico, J. Borrell (González, C. *Agua de Borrells*, *Heraldo*, 15.1.93) representó el Plan Hidrológico y J.A. Biel, el convenio audiovisual (*Diario 16*, *Equilibrio de incoherencias*, 15.9.93); la posición aragonesa se asoció con el Presidente de la Comunidad Autónoma, o el alcalde de Zaragoza en la primera manifestación autonomista (*Diario 16*, *"Ningún alcalde socialista irá a la marcha proautonomía y Triviño tampoco"*, 10.4.92). En esta definición de los actores sociales los medios devinieron también en protagonistas más que en meros relatores e, incluso, la sociedad aragonesa acabó siendo agonista relevante mediante su conversión en pueblo (*El Periódico*, *El 'equipo' ilumina el hecho diferencial de Aragón*, 22.4.92 [suelto]; Bolea, J. *Mañana podemos ser al fin aragoneses*, *D16*, 22.4.92 [artículo]). Al convertir un conflicto ideológico y de poder en un acontecer de *agonistas*, este relato resemantizó retóricamente lo real, porque lo vació de contenido político y social para llenarlo de estereotipos asociados al drama o a la fiesta (3.1; 3.1.2; 4.1.1.5; 4.2). En ese contrato enunciacional, según conviniera a la posición mediática, unos agonistas obtuvieron los espacios más relevantes y los relatos más mitificadores o el silencio, mientras otros apenas encontraban eco a sus mensajes o, por el contrario, o merecían titulares recontextualizados con intención negativa (*El 23 A conculca el sistema democrático*, Piquer, C [PSOE], 22.4. Haldo; *El Periódico*, *Barbaridad sin paliativos* [haber calificado de fascistas a IU y PAR], 18.11.92).

Ghiglione (1997: 304) recuerda que los individuos dan diferente tratamiento a la información según la perciban por vía periférica o central y, entre las razones que llevan a activar uno u otro tipo de cognición, destaca el grado de implicación que los sujetos sienten por ese acontecer y discurso. Si la puesta en juego de los intereses colectivos aparece ya como razón suficiente para que las audiencias aragonesas se sintieran suficientemente motivadas ante estos relatos, esta personalización del acontecer que propiciaron los medios reforzó esa cognición por la vía central que, como recuerdan Pratkanis y Aronson (1994), conmueve más el raciocinio de los sujetos. De hecho, aunque el camino de la cognición a la acción se revela, como señala Romagnino (1997: 372), lo suficientemente complejo y contradictorio como para inferir de los textos unas conductas determinadas, este uso de la noticiabilidad y, en general, esta socialización de los discursos produjo algunos efectos cognitivos y sociales que remiten más bien a esa vía central. De hecho, una parte de la sociedad aragonesa modificó su forma de vivir su identidad o sus relaciones con lo español, lo vasco y lo catalán (4.1.2; 4.1.2.2), confirmando la tesis de Perceval (1995) de que la personalización resulta necesaria para fijar la alteridad; de la misma forma la percepción social de los líderes políticos se vieron también afectados

por esa personalización de quienes apoyaban o rechazaban el Pacto Autonómico, el Plan Hidrológico y el convenio televisivo (4.1.2.1).

Sin embargo, ese uso de la personalización y de estereotipos asociados al drama o a la fiesta reenvía a la preeminencia que alcanzó el espacio público postburgués en esta discursivización del acontecer (3; 3.1). En cuanto que marcó la socialidad y los contextos desde la que los sujetos dieron sentido a las diferentes propuestas textuales, ese tipo de espacio público activó también una cognición por vía periférica, por tanto, primando los aspectos exteriores al contenido del mensaje. Según Ghiglione, 1997: 305), la credibilidad de la fuente, el medio que vehicula el mensaje, la situación enunciativa en que se recibe aquel y el estilo con que se enuncia afectan a la cognición por vía periférica. Las generalidades rutilantes, la demonización de quienes se opusieron a la autonomía plena o la explotación de la emoción a costa de los conceptos se revelan así estrategias discursivas capaces de determinar el sentido que las audiencias dieron a estos discursos y, por tanto, de condicionar los cambios en conductas, actitudes y creencias. Partiendo de que en la reivindicación autonomista la mayoría de los medios aragoneses compartieron posición y discurso, o, en otras palabras, que los receptores apenas pudieron contrastar puntos de vista sobre el acontecer y sus actores sociales, esa unicidad del punto de vista se revela también como uno de los factores discursivos que, además de reforzar el carácter propagandístico de los mensajes mediales (Pratkanis y Aronson, 1994), afectó a esa cognición periférica y la potenció.

Más allá de la pluralidad o entrecruce de formatos y discursos, esa unicidad de la perspectiva narrativa homogeneizó la diversidad de contenidos y propuestas textuales que se asocia a un mercado informativo plural, de competencia y democrático. Chomsky (1996) resalta que diversidad de medios no equivale a diversidad de contenidos, porque si hay confluencia de intereses se produce una unificación del discurso, a costa incluso de salvar distancias ideológicas o de público. Aunque se enmascarara bajo una pluralidad formal de la oferta mediática y de las posiciones de cada medio, la definición discursiva de los actantes y del acontecer e, incluso, el contenido de los signos vehiculares y de los topic quedaron marcados por esa unicidad de perspectiva. A la manera del pensamiento único, esa propuesta textual facilitó que se reduplicara la idea de autonomía plena propuesta por las instituciones o que el valor identitario de la reivindicación se enriqueciera con atributos propios de la fiesta, el espectáculo y el drama (4.1); por esa misma lógica, la multiplicación de discursos y contenidos que se asocia a la cultura de masas devino en un sincretismo que redujo los diferentes formatos noticieros a una mezcla de acontecer social y ficción dominada por el melodrama y el espectáculo. Pese al simulacro de que elegían y consumían, como recuerda Chomsky (1996), en un entorno de diversidad cultural y social, esta unidimensionalidad de las propuestas textuales determinó el contexto en que las audiencias leyeron y semantizaron esos textos. Esa manipulación de la pluralidad quedó limitada en el conflicto televisivo (99), porque la dualidad de intereses entre los

medios y los partidos dió visibilidad a los intereses de los antagonistas (Mur, J.M. *"La moción sólo obedece a la ambición de poder de Marco"*, ABC, 9.9, 93). Aún así la gestión de los silencios, el uso de lo retórico y el entrecruce de lo sucedido con lo verosímil (Heraldo, *Presuntas irregularidades, El coste se dispara*, 25.7.93) vedó gran parte de lo que cada uno de ellos ponía en juego y, por tanto, determinó el carácter propagandístico de los discursos y prepersuasivo del contexto de recepción (Pratkanis y Aronson, 1994: 104).

### **3.2.1. La enunciación discursiva**

Como el sentido se produce en la socialización del signo, la enunciación se convierte en el espacio discursivo que, al actualizar los códigos, permite a los usuarios crear la significación, como dice Hernández (1995), dentro de un *aquí* y un *ahora*. La enunciación presupone actividad discursiva que, tal cual anota Emile Benveniste (1974), no equivale al habla saussuriana, aunque se sitúa en el uso que los sujetos hacen de los signos, en el terreno de la pragmática de Morris. Además de que se formula así como un decir dirigido al otro a través de marcas discursivas compartidos y en una situación espacio temporal concreta (Hernández, 1995), deviene en una actividad socialmente importante (Schmidt, 1978: 58). Por tanto, además de que pone en valor el discurso, incluye las situaciones en que se realiza y los diversos instrumentos que la hacen posible. Para Benveniste (1974), es un decir que se diferencia de lo dicho, por lo que no se confunde con el enunciado. Como dijo Barthes (1970), la enunciación se explicita en *shifters*, unidades del código que embragan el mensaje a una situación determinada, mientras que el enunciado se materializa en unidades de contenido, temáticas, que representan aquello de lo que habla el discurso. Sin embargo, esa doble cara de la actividad discursiva aparece tan imbricada que, como anota Maldonado (1994: 194), la lógica formal o la semiótica norteamericana equiparan proposición y enunciación, pero ligando aquella a "toda entidad de cierto tipo lógico y precisamente a aquellas que pueden expresarse mediante enunciaciones (declarativas) en un lenguaje". En cuanto que incluyen la aserción y su contenido en la misma productividad social, estas propuestas recuerdan la hipótesis de Bajtin y Medvedev (1994: 194) de que sólo las formas del enunciado permiten pensar la realidad y crearla discursivamente dándole un sentido.

De esa forma, los complejos mecanismos discursivos y sociales que hicieron posible la semantización de este proceso social a partir de los parámetros más característicos del mito, el melodrama y el espectáculo (3.1.1; 3.2) se revelan parte del proceso enunciativo. Si atendemos a las marcas que, como la personalización y la conversión de las ideas en emociones, hicieron posible la dramatización de lo real a través de los diversos discursos, nos situamos en los actos locutivos, uno de los tipos de actos de habla ligados a la enunciación (Schmidt, 1978: 59). El fuerte carácter asertivo de los discursos mediales, el valor adquirido por la promesa o la demanda de participación e implicación que

medios e instituciones hicieron a la sociedad reflejaron la naturaleza de los actos ilocutivos y, teniendo en cuenta que presuponen una determinada situación y contrato enunciacional, marcaron el significado de la enunciación y sus posibles valores perlocutivos: Pese a la centralidad de lo noticioso, este predominio de la afirmación, la orden o la promesa sugiere que, más allá de lo informativo y referencial, la interdiscursividad social acabó dominada por lo persuasivo e, incluso, lo prescriptivo. Caramani, Mottier y Ossipow (1997: 173) diferencian entre el uso de la opinión por parte de los medios y su empeño, porque este implica la invitación a la acción mediante una orden o una llamada. El hecho de que se multiplicara el número de editoriales, artículos u otros formatos de opinión no evitó que con frecuencia lo retórico se usó en la enunciación para llamar a la participación o a la toma activa de posición más que para propugnar cambios de creencias o opiniones, como demuestran los titulares con los que abrieron sus ediciones los diarios aragoneses en las fechas de las manifestaciones.

Northorp Frye (1996) reduce los discursos humanos a los modos descriptivo, conceptual, ideológico e imaginativo. Al primero lo define por su búsqueda de la verdad objetiva y, por tanto, porque lo lingüístico no se convierte en foco de atención; al último le atribuye la capacidad de crear una forma de realidad sólo a través del lenguaje, con lo que la referencia no es lo real sino lo concebible. El conceptual, que el mismo Frye relaciona con el lenguaje filosófico, no renuncia a la verdad objetiva, pero la busca dentro del discurso verbal que construye, lo que crea una tensión narrativa inexistente en el lenguaje descriptivo; y al ideológico lo caracteriza por la identificación del escritor o hablante con lo que escribe, algo que relaciona con la retórica y el lenguaje político. Aceptando que los títulos tienden a devaluar los aspectos informativos para acentuar el carácter dramático de la información (Caramani, Mottier y Ossipow, 1997: 167), las imágenes gráficas y los titulares marcaron el predominio de los lenguajes ideológico e imaginativo en esta interdiscursividad social. Así la función apelativa del titular *A la calle de nuevo* (Heraldo, 24.4.93: 1), previo a la segunda manifestación autonomista, o la metáfora y la hipérbole incluida en la *PAR y PP: "Borrell ha desenterrado el hacha de guerra en esta comunidad"* (Diario 16, 16.1.93) se alejan del tono descriptivo que se liga al discurso informativo y se aproxima al ideológico e imaginativo, algo también evidente en la viñeta que, bajo el titular *Felipe ridiculiza a Eiroa por el conflicto del agua* (El Periódico, 20.1.93: 1), representaba a F. González, con los ojos cerrados, jugando a las cucañas e intentando romper un botijo denominado Aragón. En la medida que mostraron no sólo las intenciones y actitudes de sus locutores, sino los posibles efectos cognitivos producidos en las audiencias (100), los discursos mediáticos e institucionales o su fruición social aparecen condicionados por un contrato enunciacional y una situación de comunicación dominada por lo argumentativo, lo emocional y lo simbólico.

Al analizar las diferentes formas de enunciar lo real a través de la imagen, Verón (1997: 57) señala la foto testimonio como el mecanismo básico de los medios informativos modernos, porque capta el presente en su estado puro (Ibid, 62). Una parte importante de las fotografías que usaron los medios para discursivizar el acontecer de este proceso social siguieron esta pauta de estar allí donde se producen los hechos. En algunos casos, como determinadas reuniones entre partidos o políticos o actos y convocatorias, la fotografía soportó el peso de la prueba de lo sucedido. Sin embargo, en la enunciación la cultura se apodera de los signos y en el contexto de la interdiscursividad social esa dimensión asertiva de la imagen quedó mutada en sentidos simbólicos y persuasivos próximos a los que Verón adjudica a las fotografías de pose, categorizadoras o retóricas. Durante la polémica trasvasista El País ilustró una entrevista al Presidente aragonés ("Aragón no es Venecia", 20.1.93) con una fotografía en la que este aparecía situado sobre el Puente de Piedra con el Pilar y el agua del Ebro como fondo; la mayoría de los diarios abrieron sus ediciones posteriores a la concentración ante el Congreso y a la segunda manifestación celebrada en Zaragoza con vistas cenitales del momento en que los participantes extendían la bandera aragonesa sobre sus cabezas; después de semanas de descalificaciones y tensión, el Presidente aragonés y el líder de la oposición se reunieron en las Cortes, momento noticiado por los medios con una fotografía en la que ambos tenían una mano sobre un sillón que los separaba (El Periódico, D16, Haldo, 20.11.92).

Esta recontextualización de la foto testimonio se repitió con numerosas fotos de indicación, en las que, además de marcar visualmente la personalización del mensaje, se cargaba este de matices connotativos e intencionales (fotografía a columna de *Eiroa, el consentidor, Biel, "el impulsor" y Acín, "el mediador"*, Heraldo, 15.8.93: 3). De hecho, la demonización o mitificación de los actores se apoyó, en gran medida, en la relación que mantuvieron el tratamiento visual de la noticia dentro de la página, la verbalización del mensaje y su tratamiento gráfico, como prueban las numerosas fotos de José Marco durante la polémica autonomista y de J.A. Biel durante el conflicto por la televisión. Esta articulación entre tipos de discurso, formatos y soportes rubrica que hasta los formatos mediales más informativos, como la noticia o el informe, derivaron, en el primer caso, en un uso de los registros más característicos del melodrama (Heraldo, cintillo para informar sobre el acuerdo televisivo, *La polémica sobre la TV*, julio; *El escándalo de la Televisión*, agosto y septiembre) y, en el segundo, en una saturación de valoraciones y opiniones del locutor (Trasobares, J.L. *Así se fraguó el convenio*, 15.8.93) que el diario presentaba como "suma de datos perfectamente contrastados" en su editorial. La intensidad y la generalización de estos registros en las diferentes discursos reenvía a un contrato enunciacional dominado por lo simbólico y lo emocional, hasta el punto de que hizo compatibles en la emisión y en la recepción lo real y lo ficticio, la noticia y el acontecimiento mediático, lo histórico y lo mítico, la información y el espectáculo, el espacio público y el espacio público mediatizado (3; 3.1; 3.2):

Serie de dos viñetas: En la primera aparece dibujada la bandera de Aragón y en la segunda una caricatura de J. Marco lavando ropa y el texto 'lavandera' acompañado de otro en tipo menor que dice 'imagen' (Tira de Postigo, Diario 16, 20.4.92).

"Somos Aragón, somos un gran equipo. Tenemos todo un futuro para crecer y alcanzar todas las metas que nos propongamos. Este momento es decisivo para reafirmar nuestra identidad y hacer un Aragón moderno, competitivo y solidario. Y lo vamos a conseguir, juntos. Gobierno de Aragón. Creando futuro" (Cuña 1. Publicidad Gobierno Aragón, 23.4.92).

"[...] está ya la gente alerta. Y es mucha, una muchedumbre. Oye al fondo las voces de ¡Manos arriba! y replica con un grito unánime: ¡al ladrón! ¡al ladrón!" (Trasobares, J.L. *¡Manos arriba!*. Heraldo, 15.8.93).

Validando lo dicho por Verón (1997: 55), los tipos de discurso, los soportes, los medios y los géneros se entrecruzaron libremente, de forma que el predominio de lo dramático sobre lo analítico y de lo imaginativo sobre lo descriptivo se impuso no sólo en el discurso noticiero (*El ave acuático*, El Mundo, 19.1.93; *Media España, a palo seco*, Diario 16, 17.1.93; *La vida en seco*, El País, 17.1.93), sino también en la comunicación institucional y política (*Somos un gran equipo*; *Colores en alza* [lemas Gobierno de Aragón, San Jorge 92, 93]; *España, madrastra* [...], Manifiesto del Justicia ante el Congreso, 15.10.92). Incluso, ese grado de dramatización de la información noticiera o de las ideas y opiniones de los medios o de los partidos se revela parte del espacio público moderno y, por tanto, consecuencia lógica de esa socialidad. Idéntica lógica subyace en la hegemonía de lo verosímil, sustituto de lo verdadero por el predominio que tuvo el lenguaje imaginativo sobre el descriptivo, pero también expresión de esa juntura de lo mítico con lo espectacular que marcó este espacio público mediatizado. Hallin y Mancini (1997: 261) incluyen la naturaleza de los productos mediales entre los factores a tener en cuenta para comprender cómo se produce sentido a través del espacio público. En este caso ese componente dramático, mítico y espectacular de los diarios guarda relación con la necesidad de competir con la televisión (Caramani, Mottier y Ossipow, 1997: 165), pero más aún con la preeminencia que adquirió el lenguaje ideológico de Frye en los diversos discursos: En palabras de Colombo (1976: 96), el símbolo "es reconocido, pero no penetrado" y, por tanto, crea una comunicación "vasta, imprecisa, no literal", por lo que favoreció las necesidades persuasivas de unos y otros locutores.

Martín Barbero (1991: 193) anota que la matriz racionalista predomina en la cultura burguesa, mientras que la simbólica modela no pocas de las prácticas y formas de la cultura popular y de la industria cultural, porque estas operan menos por conceptos y generalizaciones que por imágenes y situaciones. Además de que explicita algunos de los entrecruces que vivieron la cultura popular y la masificación en este acontecer (4.1; 4.2.1.3), la abundancia de tropos y otros cambios de sentido

(101) demuestra hasta qué punto los diversos locutores se alejaron del lenguaje informativo. Como prueban el uso del símbolo (la *semilla*, el *equipo*), del calambur (*La bandera*, lavandera, Póstigo, D16, 22.4.92) o de la hipérbole (*Efervescencia política en torno al convenio DGA-Antena 3*, EP, 5.9.93: 1), la preeminencia enunciativa de la figuración facilitó que las ideas mutaran en emociones (*Cien mil voces para un solo grito; Un torrente imparable*, [edit] Heraldo, 24.4.93) y que los conflictos sociales o de poder se personalizaran en actores conocidos e imbuidos de un valor institucional (Heraldo, *Biel afirma que el convenio de la 'tele' es "irreversible"*, 6.7.93). De ahí que la fuerza de la función poética en los diferentes discursos no sirviera tanto, siguiendo a Jakobson (1970), a una intención artística de los locutores como a fines persuasivos, como pudieron ser en estos casos favorecer la implicación social en el conflicto político o empresarial (3.1.1; 3.2). Por tanto, estos registros habituales del discurso imaginativo de Frye aparecen aquí supeditados a los contextos de uso e intenciones del lenguaje ideológico.

La anulación a que fue sometido lo descriptivo en favor de lo imaginativo o de lo ideológico emerge de forma especial en el tratamiento que los medios dieron al anclaje temporal y modal del enunciado en la enunciación. La temporalidad se sitúa, como recuerda Verón (1997: 59), en el corazón de la práctica noticiera y en esta interdiscursividad la fuerza de lo simbólico mutó con mucha frecuencia el valor actual del presente en el gnómico, el histórico, el habitual o de futuro. Más que enumerar los aspectos concretos de los hechos, los medios explicaron sus causas o sus antecedentes; si eso ya modificó el sentido denotativo de lo real, aún lo transformó más la tendencia a ubicar lo sucedido en contextos más amplios de realidad e, incluso, dentro de una cadena temporal y temática, como el imaginario cultural de la sociedad aragonesa o su historia comunitaria. La prolongación del *ahora* noticioso o político hacia el pasado y el futuro, presente incluso en los textos más anclados en el presente como las entrevistas mediales o los discursos institucionales, adquiere valor por la tendencia del relato histórico a descronologizar la historia (Barthes, 1970) y del discurso simbólico a la atemporalidad (Colombo, 1976). Pero, si se tiene en cuenta la necesidad de prolongar el presente hacia el pasado o el futuro que comparten la sociedad industrial de consumo y el pensamiento nacionalista (4.1.2), ese uso enfático del *espesor del presente* (Moles, 1975) aparece como una de las estrategias discursivas mediante las que medios e instituciones públicas semantizaron el acontecer al margen del lenguaje descriptivo, primando más bien los elementos del lenguaje ideológico e imaginativo, lo que denota pretensiones argumentativas e, incluso, prescriptivas (Hernández, 1995):

"Se trata de un gesto voluntarista, pero de dudosa utilidad. Bien saben los profesionales de la cosa que en nuestra tierra cuando la primavera llama a brotar las primeras flores se levanta un viento siberiano que las deja mondas como cardos" (*Semillas*, JC. Arnal, Heraldo, 17.4.93).

"Somos Aragón, somos un gran equipo. Tenemos todo un futuro para crecer y alcanzar todas las metas que nos proponíamos" (Publicidad, Gobierno de Aragón, 1992 [S. Jorge]).

*El tráfuga Gomáriz traiciona a sus votantes y da el poder al PSOE en Aragón* (ABC, 16.9.93); *El Justicia pone a Eiroa contra las cuerdas*, ABC, 4.9.93).

Valor iterativo de la fotografía de la sede de la televisión, ubicada en cotextos y contextos ligados al despilfarro o a la corrupción (Heraldo, *Antena 3 podrá producir en un centro de 'regalo'* [fotografía interior del edificio], 29.8.93).

La noticia se incluye en el tipo de enunciación que Barthes (1970) asocia con la narración histórica por su tendencia a crear la ilusión referencial de que los hechos hablan por sí mismos. Por ello, incluso cuando se entrecruza con el mito o el espectáculo, necesita transmitir una mínima sensación de realidad y, por tanto, no debe parecer ficticia (Mouchon, 1997: 283), lo que, como anota Van Dijk (1993), hace de la verosimilitud un requisito de la noticiabilidad (3.2). Desde esa lógica los valores estilísticos del presente no perjudicaron ese efecto de realidad, porque en gran medida usaron el indicativo como modo enunciativo de la acción. Así la predicción de algo aún no sucedido, un *shifter* de la narración histórica (Barthes, 1970: 38-42), quedó explicitada en algunas ocasiones mediante el presente de indicativo (Heraldo, *La calle espera hoy a los aragoneses*, 23.4.93), aunque en otras se usó el futuro de indicativo (D-16. *La Ejecutiva del PP pedirá anular el convenio*, 6.9.93: 1; *El libro también tomará la calle el 23 A*, El Periódico, 21.4.93). Para Wolf (1991), la anticipación informativa de una realidad que puede producirse o no opera como una rutina profesional que pervierte el uso de lo noticioso. Y, según (Pratkanis y Aronson, 1994: 75), la *self fulfilling prophecy* deviene en una de las estrategias propagandísticas con fuerte impacto persuasivo. A lo largo de ese acontecer, alguna de esas profecías acabó sin cumplirse, como cuando predijeron que la oposición parlamentaria solicitaría la dimisión del Consejero J.A. Biel en el Debate sobre el Estado de la Comunidad o que el Partido Popular pediría la renuncia al convenio televisivo; en otras, como cuando dieron por cierto el éxito de las manifestaciones o la presentación de la censura, esos augurios formulados con el propósito de contribuir a su cumplimiento fueron seguidos de conductas que los convirtieron en realidad. Por tanto, si reforzaron la verosimilitud de las noticias, también aumentaron su capacidad persuasiva.

Por una lógica similar el uso del indefinido combinó esa aportación de efecto de realidad con un aporte mitificador, porque aunaron la objetividad o la impersonalidad y el alejamiento espacio temporal de esa forma verbal con la personalización (*San Jorge peleó en La Chimenea contra el dragón del rock*, El Periódico, 24.4.92) y la tendencia a la dramatización de la frase o a la interpretación de lo real por parte de los locutores (Diario 16, *Zaragoza fue un carnaval autonomista*, 23.4.93; D. 16, *El tráfuga entregó el Gobierno al PSOE*, 16.9.93). Y, si se atiende al carácter seriado

que acabó teniendo tanto la noticiabilidad medial como los enunciados de las instituciones, esa técnica de unir fragmentos, habitual en la literatura popular (Martín Barbero, 1991: 74), se tradujo en un fuerte valor iterativo de algunas formas verbales, preferentemente presentes e imperfectos de indicativo. Como demostró el folletín, esa construcción a partir de la repetición y la acumulación de ideas o acción aumenta el interés, porque enfatiza los hechos y crea sensación de participar en el historia (Martín Barbero, 1991: 145). Por tanto, su uso en los discursos también se insinúa retórico ya que influyó en que la percepción social del acontecer: La repetición de la fotografía del edificio destinado a ser sede de la TVA en cotextos y situaciones enunciativas ligadas a la corrupción o al despilfarro acabó mutando su sentido, hasta el punto convertirse en símbolo del supuesto desgobierno.

Incluso, el uso del presente con valor de futuro hipotético adquirió un fuerte valor retórico y expresivo, sin poner en peligro la verosimilitud de los discursos. Cuando hablan de los *media events* definidos por Dayan y Katz, Hallin y Mancini (1997) destacan la importancia que adquiere en ese tipo de enunciación la sustitución de gran parte del indicativo, de lo que era, por el subjuntivo, por lo que podría o debería ser (Ibid, 206). Esa modalidad de acción sustituye los hechos por las esperanzas y los deseos, de ahí que sugiera una semantización cargada de valores subjetivos (3.1.1) y, en la mayoría de los casos, retóricos (*Aragón, un canto a la autonomía*, Diario del Altoaragón, 23.4.93). En la medida que vehicularon todo aquello que se anhelaba y la realidad no ofrecía, ese uso del subjuntivo con valor optativo o de posibilidad se revela como un efecto del entrecruce entre la noticia y el mito. Por tanto, sugiere que, además de coadyuvar a la conformidad social sobre la discursivización de este acontecer (3.1.1), ayudó a cumplir la función "defensiva y compensadora" que Gubern (1974: 220) atribuye al mito. De hecho, partiendo de las cartas enviadas por sus lectores que durante esos meses publicaron los diarios o de las opiniones recogidas por las radios y las cadenas de televisión, las audiencias se apropiaron de esta noticiabilidad como quienes, en lugar de consumir o producir hechos, vivían e imaginaban signos.

El modo indica la actitud del hablante ante la acción y, por ello, forma parte de la voz (102), una de las estrategias que explicitan la intención y la técnica desde la que el narrador articula su relato (Todorov, 1975). Por tanto, este uso retórico del subjuntivo sumó sus efectos ideológicos y persuasivos a otras marcas enunciativas que explicitaron la posición de los locutores ante los hechos o, incluso, su implicación directa en el enunciado (Haldo, *Le tomamos la palabra* [edt], 16.9.93). Aunque medios e instituciones usaron con preferencia estrategias objetivistas, como la impersonalidad o el supuesto distanciamiento sobre lo dicho (Zapater, A. *Operación Monegros*, Heraldo [reportaje], 11.7.93; *Juego de intereses tras el convenio con Antena 3*, [información] Heraldo, 15.8.93), los locutores mediáticos y políticos se mostraron mediados en su enunciación por su papel de agonistas o de directores de escena. Ni la conceptualización ni la titulación en estilo

directo o el simulacro de polifonía derivado de dar la voz a algunos actores del acontecer ocultaron que los discursos aparecieran dominados por lo subjetivo (D16, *Ejemplo indigno para la democracia* [edit], 16.9.93), hasta el punto de insinuar en muchos enunciados una cierta fusión entre locutor y actante. De hecho, la jeraquización temática (Editoriales ubicados en primera, *Tratos de favor*, 8.7.93; veces que abrieron edición con la reivindicación o el conflicto televisivo) o la importancia que adquirieron la valoración y la interpretación en las informaciones (Heraldo, *Así se fraguó el convenio DGA-Antena 3*, [informe] 15.8.93) traslucen el valor ideológico de los enunciados más descriptivos:

*El 82 % de los aragoneses reclaman un trato idéntico a vascos, catalanes y gallegos*, D16, 22.4.92; *El 78 % de los aragoneses apoyan el convenio de TV*, 22.7.93; *Marco consiguió la DGA*, 16.9.93 [abre edición])

"Por ello y para resolver situaciones que requieren una imprescindible respuesta, el Plan Hidrológico Nacional propondrá la disponibilidad de forma simultánea e indisoluble con las reservas e inversiones previstas en el Pacto del Agua para la Cuenca del Ebro" (Punto 8 del comunicado oficial del MOPT, *La elaboración del Plan Hidrológico Nacional y la posibilidad de efectuar trasvases intercuencas*. Publicado como publicidad.17.1.93).

"Nuestra posición ahora se reduce a ser testigo y transmisor de lo que ocurra y a presionar en la medida de lo posible para que los debates por venir se concentren en la situación de nuestra tierra y en las alternativas para su futuro. En realidad es un intento que sostenemos contra viento y marea desde hace ya mucho tiempo y al que no renunciaremos nunca" (Heraldo, *Ahora, el futuro es lo que importa*. Edit. 12.9.93).

"Limpios, puros y mal avenidos, los de Izquierda Unida no terminan de tener enganche electoral.[...] Ahí os queremos ver, compañeros, saliendo de la clausura para caminar entre los agudos riesgos de la vida real [...]. Negociar y pactar con el PSOE es, desde luego, cosa complicada. [...] Mas resulta casi imposible imaginar para Izquierda Unida alguna otra alternativa [...]. Animo, pues. Y a por ellos" (*Vamos a verlo*. Trasobares, J.L.12.9. 93).

Si se tiene en cuenta que los titulares de la prensa reflejando con datos de una encuesta oficial el apoyo social a la reivindicación de autonomía plena fueron codificados y puestos en circulación dentro de una secuencia textual que invitaba a la participación, esa manufactura discursiva de los datos y los hechos se revela tan retórica y manipuladora como la invitación explícita a la acción mediante una argumentación emocional que realizó Heraldo de Aragón antes de la moción de censura. Por distintas que parezcan, ambas enunciaciones denotan que se intentó instrumentalizar los discursos para construir lo real, ya fuera desde algunos intereses políticos, ya fuera según convenía a algunas empresas mediáticas. Con motivo de las manifestaciones el Gobierno autónomo concentró todo el programa oficial de actos dedicado al Día de Aragón (103) en la semana previa y, aunque los

vistió de un valor institucional, los coordinó de forma que se insertará en el discurso que promocionaba la participación social (*Concierto por la Autonomía Plena*, Heraldo, 23.4.92); por su parte, los principales agentes sociales y políticos (104) comunicaron su apoyo a la demanda autonomista y a la manifestación a través de una publicidad informativa que incluía la invitación a participar. Y durante la polémica hidráulica el Ministerio de Obras Públicas y Transportes fijó su posición a través de un anuncio informativo de doce puntos que insertó en todos los diarios aragoneses: sin otra fuerza visual que el logotipo ministerial y el formato *rompepáginas*, la palabra denotativa hacía frente a la reinterpretación de sus mensajes efectuada por los medios aragoneses y a la contradicción abierta entre el ministro Borrell ("*las obras del Pacto del Agua y los trasvases serán simultáneos*", Heraldo 14.1.93) y el Presidente de la Confederación Hidrográfica del Ebro ("*no se puede fijar excedentes sin desarrollar el Pacto del Agua*", El Periódico, 15.1.93).

Siguiendo a Pratkanis y Aronson (1994), estos usos sociales de formas enunciativas informativas no revelan tanto su objetividad discursiva o su veracidad de juicio como su puesta al servicio de quienes las usaron y, a partir de esas apropiaciones, su naturaleza retórica o su función propagandística. Por más que se explicitaran a través de estrategias objetivistas, esa supuesta neutralidad de los locutores enmascaró la defensa de intereses particulares (3.2). De hecho, repitieron algunas de las técnicas de manipuleo que usan los lenguajes ideológico e imaginativo para crear realidad, como la desinformación o el esquematismo argumental, de forma que se insertaron en el espacio público mediatizado dominante a lo largo del proceso autonomista y allí se entrecruzaron con la matriz simbólico dramática. Por ello, volviendo a Frye (1996), ni siquiera cuando disfrazaron su intencionalidad bajo el simulacro del dato desnudo o del discurso descriptivo, soslayaron la subjetividad con que el locutor miraba el acaecer (Diario 16, *El PP se desmarca del PAR y señala que no apoyará un convenio con irregularidades*, 5.9: 1); ABC, *El PP insiste en anular el convenio y plantear otro acuerdo dentro de la legalidad*, 6.9.93); *El sector mayoritario del PP apoya el convenio*, El Periódico, 6.9.93: 1) o los intereses corporativos de las empresas editoras (13.7.93: ABC, *Fraga aplaude las aspiraciones autonómicas de Aragón* [califica de "protocolaria salida de tono de Fraga que desconocía el contenido del contrato"]; El Periódico, *Fraga aplaude el convenio de la 'tele'*).

Quienes asumen el rol de emisores en la cultura de masas necesitan, según Saperas (1987: 161), legitimarse socialmente; de la misma forma, como recuerdan Schmúcler y Zires (1977), los medios aspiran a ganar fiabilidad ante sus audiencias formulándose como representantes de los intereses colectivos y ajenos a cualquier interés propio. Las prácticas profesionales de la noticiabilidad hicieron explícitas con frecuencia ambas tendencias mediales, aún a costa de apoyarse en arquetipos conformados mediante el consenso social, de empobrecer la descripción de lo social reduciéndola a esquemas conceptuales o conflictos personales y, sobre todo, de usar retórica e ideológicamente el lenguaje descriptivo de Frye y lo informativo. De hecho, escondieron su propio juego (105) bajo

fórmulas enunciativas, como el estilo directo o la impersonalidad, o mediante la capacidad de los medios para seleccionar y jerarquizar lo noticioso: La mañana en que las Cortes de Aragón iniciaban el Debate sobre el Estado de la Región cada diario enunció la posición del diputado tránsfuga que podía aprobar o rechazar el convenio, eligiendo aquella frase e idea que favorecía sus intereses empresariales (Heraldo, *Gomáriz tilda el convenio de "bofetada al pueblo"*; Diario 16, *Gomáriz: "el acuerdo es penoso para la sociedad aragonesa"*; El Periódico, *"El convenio tiene ventajas"*); en otras ocasiones, como en la cobertura informativa de la rueda de prensa compartida que ofrecieron en Santiago los Presidentes de Galicia y Aragón, ese valor ideológico se expresó también mediante el silencio de aquello que no beneficiaba a su posición (Heraldo apenas dedicó un ladillo a la opinión de Fraga sobre el convenio). Incluso este uso de la entrevista, formato que implica un modo directo de decir y la coincidencia entre tiempo y lugar de la enunciación y del enunciado, revela un valor perlocutivo persuasivo.

De hecho, la manera en que se concedió la voz a los que compartían las posiciones con el locutor mediático, incluso usándolos para expresar esas opiniones e intereses compartidos (106), y el silencio al que fueron sometidos quienes discrepaban revela la pretensión de provocar en el receptor una determinada respuesta. En los debates sobre la autonomía plena, los trasvases o el convenio televisivo (Diario 16, *IU acusa al Gobierno aragonés de ocultar datos del convenio* 21.8.93: 1; Heraldo, *DGA y A3 recurren la suspensión cautelar del convenio de televisión*, 26.8.93) la polifonía social devino en un discurso bipolar de quienes apoyaban o se oponían a cada una de estas cuestiones. De esa forma, actos ilocutivos de carácter informativo mutaron en actos perlocutivos de carácter persuasivo, fenómeno extensible a otras marcas enunciativas del discurso noticioso: Algunos espacios mediales, como la primera y tercera página de Heraldo de Aragón o los programas *La Robotica* y *Estudio de Guardia* de Radio Zaragoza, acusaban una alta ritualización por el valor de imagen (Timoteo, 1992) que le atribuían las audiencias y los demás actores sociales, entre ellos los agonistas de este acontecer; el uso enfático que ambos medios hicieron de esos espacios, ubicando allí su tematización de la autonomía plena o del conflicto televisivo, denota un intento de aprovechar esa mitificación de una costumbre social, lo que, además de recordar su valor ideológico, actualizó la retórica de la facilidad y el conformismo de la que habla Mouchon (1997: 273) para explicar la tendencia de los medios a repetir las fórmulas de éxito.

Pero, si estas marcas enunciativas demuestran hasta qué punto se cumplió la predicción de Van Dijk (1996: 126) de que lo informativo suele servir a fines persuasivos, también sugieren que esta lógica manipuladora propició, a la manera apuntada por Perceval (1996: 117), que los discursos cayeran en su propia trampa haciendo emerger sus intereses y contradicciones. Con independencia de que la capacidad de las audiencias para percibir los recursos constructivos sea limitada (Corner, 1997; Schroder, 1997), determinados usos impropios del estilo directo explicitaron las intenciones y la

lectura interesada de los hechos que efectuaban los medios (ABC, *"Marejada política" por el acuerdo DGA-A3*, 12.8.93; Heraldo, *"Operación Monegros" para aumentar el secano*, 11.9.93). Si la propaganda aumenta su eficacia cuando no es percibida como tal (Herrerros Arconada, 1989; Pratkanis y Aronson, 1994); Chomsky, 1996), esa visibilidad de la manipulación puso en peligro la credibilidad de los mensajes e, incluso, de los medios. El mismo uso de la capacidad que tienen los medios para descontextualizar lo real y recontextualizarlo dentro de su discurso que adquiere (Saperas, 1987; Van Dijk, 1996) derivó en el recurso a la analogía visual y temática que, siguiendo a Pratkanis y Aronson (1994: 90), se revela retórica. Sin embargo, el carácter forzado de esa correlación o el hecho de que esa contraposición se revelara tan evidente como intencional explicitaron el uso del totalitarismo de la verdad que Perceval (1996: 35) atribuye a Sócrates por condenar la sofística oponiendo lo vulgar a lo verdadero y lo justo o, en otras palabras, reduciendo lo real a un esquematismo de opuestos:

*ABC, La "sombra" de ilegalidad del acuerdo DGA-A3 TV planea sobre las Cortes*, 7.7.93; *Diario 16, El contrato de la DGA con A-3 se podría revisar ante la "presión de la oposición"*, 9.7.93; *El Periódico de Aragón, La TV de Aragón se presentó con "la equidad" como bandera*, 11.8.93: 1

*Haldo, 11.8.93: 3, La fiscalía pide también la suspensión cautelar del convenio DGA/Antena 3* [a pg], *Miguel Vázquez: "La polémica era inevitable"* [a 2 cols, foto de la presentación de la programación regionalizada]

*Haldo [en la misma página], 23.4.93: amplio respaldo social* [a la manifestación]; *Marco y sus rurales comerán caldero y naranja en Epila*; 11.7.93: [Eiroa] *Si el acuerdo no funciona puede durar dos años o menos*; [C. Huerta, Consejo Asesor de RTVE, Partido Popular] *Utilizar el Centro regional de TVE es mejor y más barato* [en página 3].

Como han demostrado teóricos de lo subcultural como Hebdige o Bourdieu, el estilo y el gusto están lejos de ser neutrales. En cuanto que constituyen hábitos sociales, lo que implica que han sido asumido reflexivamente por los sujetos como forma de autoidentificación, ambos contribuyen a que la sociedad configure a partir de ellos sus conductas y su vida (Hebdige, 1998: 131). Si no se puede producir ningún proceso de liberación nacional sin la energía "extática" liberada en el público por los discursos de ficción (Schroder, 1997: 122) y el juicio sobre la calidad de los textos tienen una dimensión ética, estética y extática (Ibid, 119), el estilo y el gusto se convierten dos mediaciones que marcan la semantización del texto tanto en la emisión como en la recepción. De hecho, como apunta Grandi, (1995: 168), ambos pueden subvertir el sentido generando una energía creativa que mute los códigos o, por el contrario, pueden igualmente instaurar, reproducir o reforzar una hegemonía social o territorial, política o económica. Leídos desde esa lógica, la preeminencia que alcanzaron lo simbólico emocional o el uso persuasivo de lo informativo adquieren valor ideológico

y político, porque expresaron la lucha por el poder que tuvo lugar a través de la interdiscursividad social. No se trata tanto de que todo enunciado tienda a adquirir valores argumentativos (3.1), sino de que esta discursivización de lo real a través de la retórica de las pasiones activó, siguiendo a Liebes y Katz (1997), procesos cognitivos de tipo pragmático en los que los sujetos perciben la transformación de su yo cognoscitivo, afectivo y social (Ibid, 146), porque facilitó una participación de fuerte implicación personal en el texto por parte de los usuarios (Ibid, 162). De esa forma, lo vivido y sentido volitivamente aparecen como estrategias determinantes para el carácter identitario de esta movilización (4.1) y para su interferencia en los procesos de hegemonía (4.2)

Como el género supone un contrato enunciacional entre emisores y receptores (Livingstone y Lunt, 1997), el predominio de un tipo de relato que combinó lo mítico y lo melodramático con lo histórico (3.2; 3.1) se revela una mediación necesaria para ese tipo de enunciación y de interpelación a los sujetos. Más allá de que el formato funcione como una unidad de sentido en la comunicación de masas (Martín Barbero, 1991: 238) o de que imponga tanto una determinada relación entre la referencia y los discursos como una forma de relacionarse con el público (Corner, 1997: 187), la preeminencia de este relato mestizo adquiere valor porque, siguiendo a Livingstone y Lunt (1997: 178), fue fruto de una negociación entre los locutores y los receptores. De esa forma, sus temas, su estructura discursiva, sus marcas enunciativas e, incluso, las satisfacciones a obtener y los efectos cognitivos dejaron de ser una construcción unilateral de los medios y las instituciones públicas o los partidos; más bien aparecen como el producto de la interacción simbólica y social que se estableció a partir del Pacto Autonómico y se prolongó durante meses. Así tanto este mestizaje narrativo como la conformación de la esfera pública en que se socializaron los signos y el cuadro de participación de los receptores reenvían a la centralidad que la sociedad reconoció a la cultura de masas en esta discursivización, a lo que hubo de cultura popular en el funcionamiento de esa masificación y también a la socialidad que aportó el protagonismo del espacio público moderno.

El entrecruce de elementos ficcionales y heroicos, el uso abusivo de la redundancia o la fuerte ritualización presente en lenguajes tan distintos como la información periodística, el discurso político, la comunicación publicitaria, la tertulia radiofónica y las cartas de los lectores demuestran que la mediación del melodrama o el mito sobrepasaron sus límites como formatos narrativos de uso en la literatura o la cultura popular para ocupar los diferentes modos de decir que pusieron en juego unos y otros discursos sociales. Como el género no es sólo un registro temático, un repertorio iconográfico, un código de acción y un campo de verosimilitud, sino una forma de construir semióticamente lo real y, por tanto, una estrategia de comunicabilidad (Martín Barbero, 1993), este mestizaje narrativo se revela una prolongación del espesor social y político (4.1; 4.2) que hizo posible la dominación de la matriz simbólica hasta en los géneros informativos de los discursos mediales (*Gomarcazo*, *El Periódico*, 16.9.93: 1) o en los discursos políticos (Marco, J. "[...] iremos,

pero a algunos no les daremos la mano", Heraldo, 16.4.93; PAR: "Todos no podemos ir a la manifestación, unos u otros sobran", ABC, 21.4.93). De hecho, al funcionar como metalenguaje comunicacional que trascendió las palabras, hizo posible, siguiendo a Martín Barbero (1991), que una parte de la comunidad se reconociera como sujeto social (4.1) y pusiera en juego sus relaciones sociales (4.2) a través de esa vivencia dramatizada y espectacularizada de lo real, de ese esquematismo discursivo o de esa retórica del exceso, pero también de ese universo de sentido hecho de cotidianidad, ficción, pasión y frustración:

"El 23 de abril es el Día de Aragón y lo vamos a celebrar a lo grande. Las puertas del Pignatelli están abiertas para festejar este gran día. Hay diversiones para todos y para todas, para grandes y pequeños. Hemos convertido el Pignatelli en un espacio abierto, para que nadie se quede fuera. 23 de abril, participa de un gran día" (Gobierno de Aragón. Publicidad. Cuña. 1992).

"El 23 de abril es el Día de Aragón, porque es el día de San Jorge, que es patrono de la caballería, de los Reyes, de las huestes de los Reyes de Aragón [...] ¿Eso qué quiere decir? El día de la Madre se celebra la relación entre la madre y los hijos ¿no?. El Día de Aragón es un día para celebrar (Fatás, G. Radio Zaragoza, Estudio de Guardia, 20.93).

"Soy simpatizante del Partido Aragonés. Mejor dicho, era simpatizante. [...] he sido un ferviente admirador de Eiroa, de su discurso moderado, de su capacidad mediadora, pero de repente todo se ha venido abajo. [...] A partir de ahora pídale a sus amigos que vayan a la manifestación por la autonomía plena [...] Ha hecho usted bueno al señor Marco y al señor Piquer. Tanta autonomía plena para hacernos esta televisión. [...] Serían capaces de promover los trasvases y dar incluso una subvención" (*La desilusión de la TV autonómica*. D 16 10.7.93 [cartas a los lectores]).

Además de que se conforman mediante una negociación con las audiencias y que acaban propiciando un determinado tipo de participación, los géneros adquieren valor en los reconocimientos que propicia dentro de una comunidad (Martín Barbero, 1993: 242). En esta discursividad social la acumulación de las mismas marcas enunciativas y formatos recuerda la necesidad de garantizarse la comprensión de su mensaje en todos los estratos sociales que tienen la cultura popular y la masiva. Pero, si se atiende al tratamiento vulgarizador, afectivo y connotativo (la manifestación pasó a ser la *mani*, la *manifa* o la *marcha*, dándole valores festivos, 4.1.1.4), sugiere la forma en que un problema social acabó convirtiéndose en un problema público. Según Mehl (1997: 94), cuando los medios se hacen cargo de una situación social y la gestionan llegando donde no alcanzan las demás instituciones, aquella se convierte en un asunto colectivo que afecta a las conciencias de los sujetos. La acumulación de artículos, comentarios, sueltos, columnas, editoriales y cartas de los lectores que matizaron la noticiabilidad diaria (107) o las ideas vehiculares del discurso

político (fiesta [*festejar, celebrar*], equipo [*todos, grandes y pequeños, juntos*]) y el énfasis emocional de la apelación publicitaria ([*participa,...; un gran día...*]) o de los artículos y mensajes oficiales del Presidente (108) adquiere así una dimensión cognitiva y moral porque revelan cómo los sujetos se identificaron con el problema público de la autonomía plena. Esa mezcla de melodrama, mito y espectáculo que dominó los discursos sitúa este acontecer en la tradición de los problemas públicos y, siguiendo a Mehl (Ibid, 93), revela hasta qué punto se superpusieron el espacio público, la sociedad civil y el espacio político.

La matriz simbólico dramática y la personalización atravesaron relatos e, incluso, argumentaciones, los dos modos de decir más usados por los diferentes discursos. Tanto en las movilizaciones autonomistas (Diario 16, *Todo Aragón, menos el PSOE, exige hoy la plena autonomía*, 23.4.93: 1; *Txiqui Benegas acusa al PP de incumplir el Pacto y amenaza a los socialistas que vayan a la marcha*, 23.4.93; *Heraldo, PSOE y PP atacan a Eiroa e insinúan que no irán al 23 A*, 21.4.93), como en el conflicto audiovisual (*Heraldo, Eiroa: "no tengo que explicar a nadie el convenio de la TV"*, [sumario] *Biel admite que la TVA saldrá aún sin acuerdo de la Cámara*, 7.7.93; *El Periódico, Eiroa: "La puesta en marcha de la tele es irreversible"*, 7.7.93) la discursividad construyó lo social como un conflicto entre personas vaciadas de su componente humano y convertidos en signos de aspiraciones o frustraciones colectivas, como la autonomía, el centralismo, el entreguismo o la corrupción. Para Mehl (1997: 96), en los problemas públicos el sentimiento sólo interesa en la medida que alguien lo personifica, pero al mismo tiempo esa personalización refracta a la sociedad. Si se atiende a las entrevistas mediales, este formato permitió construir lo social poniendo voz, imagen, materialidad personal y actualidad a las ideas (*El Periódico, [Eiroa] "No puedo ser más radical"*, 14.11.92; *Haldo, Adolfo Burriel [IU], "Eiroa renuncia a la plena autonomía al no ir a Madrid"*, 1.11.92). Sin embargo, también reforzó la mitificación de los protagonistas y su valor como símbolos sociales, aún a costa de simplificar la trama de intereses y ocultar las contradicciones (*Angel Cristóbal Montes: "Pactar con Gomáriz es perverso, lo haga el Gobierno o la oposición"*, *Heraldo*, 5.9: 3).

Para Martín Barbero (1991: 128), la esquematización y polarización son dos de las operaciones de semantización más usuales en la masificación y que también usa la cultura popular. Además de las entrevistas y del periodismo de opinión, en esta discursividad social también los géneros narrativos explicitaron ese tipo de estrategias que Frye considera habituales en relatos que dan cuenta de situaciones límites para una sociedad (en Martín Barbero, 1991: 129). La red formada por el Agresor [los impulsores del Pacto Autonómico, del Plan Hidrológico o del Acuerdo audiovisual], la Víctima [siempre Aragón o los aragoneses] y el Justiciero [siempre los medios y algunos partidos] denota un esquematismo dualista próximo al que Massota (1974: 198) encuentra en la historieta. Para Eco "la bipartición maniquea es siempre dogmática, intolerante; democrático es el que rechaza los esquemas y reconoce los matices, las distinciones justificadas, las contradicciones" (en Massota, 1974: 197). A

partir de esa lógica, y una vez sugerido que condicionaron la mutación del problema social en problema público, ambas estrategias discursivas adquirieron valor político e ideológico y no sólo enunciativo. En la polémica televisiva los medios usaron de forma enfática esa discursividad para enfrentar a héroes (Heraldo, *IU ve flojas las alegaciones de la DGA contra la suspensión*, 13.8.93: 3) con villanos (*Con esta jugada Asensio confía en compensar las pérdidas de sus empresas en Aragón*, Heraldo, 15.8.93), al mismo tiempo que estilizaban metonímicamente a aquellos (Heraldo, *La Fiscalía apoya la suspensión cautelar del convenio*, 11.8.93: 1; Diario 16, *Los Tribunales suspenden el convenio, pero piden a IU 150 millones de fianza*, 20.8.93) y afeaban a estos (Eiroa, Biel, Acín; F. Peña, J. Marco, J. Borrell).

Este recurso a las formas más elementales y llamativas del mito (110) no se limitó a esta creación de arquetipos e ideas mitificadas que, como cumpliendo lo apuntado por Gubern (1974: 215), procedían del cielo de las experiencias cotidianas, de los sufrimientos y goces diarios. Tuvo prolongación en el uso abusivo de la redundancia, exigencia de la estructura iterativa, casi ritual, del mito (Ibid, 246), pero también marca habitual de lo masivo (Martín Barbero, 1991: 203); o en la presencia de la hipérbole en la verbalización de los mensajes (*En, por, con y para Aragón*, Diario 16 21.4.92 [suelto]; *Ni un paso atrás* [artículo del Presidente autonómico enviado y publicado por los medios], 1993) e, incluso, en la composición tipográfica y de selección o jerarquización periodística, como prueba los tipos de letras o los tamaños de los titulares (Diario 16, *PLENA autonomía*, 23.4.93) y la ubicación en primera página del editorial (*Las razones del Heraldo*, 25.7.93), de artículo del director (Heraldo, *La manifestación*, 23.4.92; *Tajante exigencia*, 24.4.92) o del Presidente de la Comunidad Autónoma (ABC, *La gran cita de Aragón*, 22.4.92). La misma ritualización de la acción denota la presencia del relato heroico que, según Gubern (1974: 217), explica simbólicamente los procesos naturales y sociales que escapan a una comprensión lógica, racional, al mismo tiempo que satisface "necesidades sociales, psicológicas o científicas mal resueltas en el plano de la realidad" (Ibid, 218). En la reivindicación autonomista esa carencia se concretaba en el sentimiento de privación relativa que sentía gran parte de la sociedad por la relación de Aragón con el Estado [en marzo de 1992 el 75 % de los encuestados creía que el Gobierno de Aragón carecía de capacidad de decisión porque lo importante se decidía en Madrid y deseaba que esa situación cambiara (Malo de Molina, 1992a)]; en el conflicto televisivo a ese sentimiento de discriminación, plasmado en los reproches de colonialismo informativo (4.1; 4.2), se añadió la demanda social de un canal propio y el peligro que suponía para los demás medios:

"[...] se le indicaba que las pérdidas reales de la TVA podrían acceder a 5.000 millones anuales e incluso más. El proyecto [...] no pasaba de ser un cuento de la lechera [...]. Voces cualificadas (entre ellas HERALDO DE ARAGON) abogaban por aparcarse el proyecto e invertir en áreas más prioritarias para nuestra región" (Heraldo, 15.8.93).