



TITULAR (*)

Por: Hernán Toro

Profesor Titular

Miembro del Grupo de Investigación
en Periodismo e Información
Escuela de Comunicación Social
Facultad de Artes Integradas
Universidad del Valle
Cali, Colombia
herntoro@univalle.edu.co

Resumen

Este trabajo busca describir algunas características de la titulación en diarios y revistas semanales informativas y avanzar en diversas hipótesis acerca de las razones de poder que se encuentran implícitas en ese gesto discursivo.

Abstract

This work is looking for describe some characteristics of the headlines in newspapers and weekly informative magazines and advance in several hypothesis about the power reasons that be implicit in that discursive resort.

Palabras clave

Titular, Titulación, Producción de sentido, Discursos informativos, Periodismo

Key words

Headline, Sense production, Informative discourses, Journalism.

I. Conceptos

El trasfondo teórico contra el cual se perfila este trabajo es la hipótesis de acuerdo a la cual los discursos de la información están elaborados de tal forma que buscan producir un efecto de sentido tendiente a la univocidad e impedir de esa manera que el lector flote y se disperse entre varias alternativas de sentido, siempre posibles por la naturaleza polisémica de los lenguajes, y quede entonces anclado, bajo el peso de esa restricción, al que trata de imponerle el texto. Estos discursos se inscriben en una amplia y abigarrada confrontación

por el predominio de las representaciones ideológicas en torno a los acontecimientos que tienen ocurrencia en la sociedad. La lucha que se da en los medios, en particular en los informativos, es apenas una subclase de esta confrontación (la religión, la escuela, la familia son otros escenarios en los que se busca reducir el sentido y despojar de esa manera a los hechos de la complejidad semántica inherente a su condición), pero sin duda de un peso progresivamente mayor en la medida en que, como parece, juegan, cada vez más dueños de los espacios de la legibilidad social, un papel creciente y más determinante en la interpretación que los individuos nos hacemos de los hechos sociales. Los sectores que mantienen el control en la sociedad ponen al servicio de este proyecto de univocidad toda su diversísima y flexible y maleable maquinaria de producción de sentido puesto que la perpetuación de su representación del mundo es la garantía de su propia permanencia (y de los beneficios que conlleva la continuidad histórica de este control excluyente). Esta eternización de las condiciones de dominación en la sociedad de unos sectores sobre otros es posible gracias a que los valores que le dan sustento a los actos de los individuos tienen el carácter de lo que Pierre Bourdieu llama una **doxa**: "La doxa es el conjunto de las creencias o de las prácticas sociales que son consideradas normales, como obvias, por lo que no deben ser objeto de ninguna impugnación" (1). La perpetuación tiene entonces una vocación de aparente desinterés y de verdad indiscutible, y es sobre todo en el lenguaje, que es "la representación o forma simbólica de las relaciones de poder" (2), donde en primera instancia se legitima y se hace perenne esa dominación. **A fortiori**, entonces, este texto plantea, en una escala microscópica, el problema de la dominación y del ejercicio del poder.

La titulación de los discursos informativos es apenas un recurso entre muchos otros de los que se dan los medios para proyectar el camino de la univocidad. En el momento de la producción de estos discursos, que sea adelantada por una persona o por un equipo, discreta o simultáneamente, esos recursos obran complementariamente en la búsqueda de un solo fin: la configuración de un texto cuya lectura confisque al lector la posibilidad de la divergencia. Sin embargo, ante la naturaleza polisémica de los lenguajes, es siempre posible que los lectores

recusen en términos prácticos esa (en consecuencia falaz) fatalidad porque toda relación entre un lector y un texto es particular dado el carácter único del lector. Es posible que ese carácter único del lector intente ser diluido en una abstracción general, y que, en consecuencia, muchos lectores funcionen en el imaginario de los productores como si fueran uno solo. De hecho, el intento ocurre, y una de las características de los discursos informativos es dirigirse a un público ideal en el que las singularidades se desdibujan en provecho de una gran entidad masiva; es decir, en el que los rasgos de lo individual desaparecen a favor de lo colectivo. Sin embargo, en rigor, no hay dos lectores iguales; o mejor: todo lector está en capacidad de ser él y sólo él, escapar a la reducción homogenizadora, lo que multiplica hasta el vértigo las caras de ese gran poliedro multiforme construido por la suma de las infinitas relaciones singulares de lectores y texto (3).

Si es verdad que cada lector es irreducible en otro o en una categoría más general en la cual su identidad individual se difumine, no sería menos cierto que, de su parte, todo texto no es jamás un objeto fijo, cuyos contornos, composición y funcionamientos hubiesen sido establecidos entonces de una vez y para siempre en virtud de no se sabe qué fuerza trascendente; al contrario, cualquier historia de la lectura podría demostrar sin mayores dificultades que los textos nacen y, por lo general, están condenados a muerte en razón justamente de su naturaleza cambiante. Sólo subsisten aquellos textos con capacidad de interpelar las grandes preocupaciones de los seres humanos (el amor, la muerte, el dolor, la solidaridad, la amistad, el deterioro...) —textos de los que hay que excluir, por supuesto, (¿será necesario decirlo?), los efímeros, simplistas y oportunistas discursos de la información, delicuescencia pura; pueden sobrevivir acaso en los estudios sobre la evolución de una lengua, o en la ejemplificación de los hábitos de una época, o en ejercicios semejantes, pero jamás como interlocutores de las urgencias más profundas de la condición humana--.

De manera pues que, de una parte, el lector es una entidad única y no puede por lo mismo convertirse en una entidad plural, y, de otra, los textos no son discursos invariables, con lo cual la relación entre uno y otro (lector y texto) estará siempre anudada sobre un terreno movedizo



Ilustración: Carolina Sandoval

C
/07

Los recursos al servicio de la univocidad de sentido mencionados merecen en realidad el nombre de operaciones puesto que contienen todos los elementos propios de este gesto: una materia prima sobre la cual un responsable opera para fabricar un producto final distinto a la simple aglomeración de los componentes originalmente presentes de la materia prima. Todo mundo conoce el ejemplo clásico: la tela, los botones y el hilo no son separadamente la camisa: es la operación (4) sobre esa materia prima la que produce la camisa, objeto sustancialmente distinto a la reunión aglomerada de la tela, los botones y el hilo.

El presente trabajo, con algunos acentos descriptivos, debe ser entonces considerado bajo la perspectiva anunciada para que se entienda su verdadera dimensión. Pero una descripción no es jamás autárquica: una descripción que pretenda ser autosuficiente carece de proyección pues es sólo en la integración a los fenómenos de sociedad en la que ella adquiere valor. Valor social, se entiende. La descripción no puede simplificarse a un puro juego de procedimientos formales. Se equivocaría entonces aquel eventual lector que vea en este trabajo el despliegue de una intención meramente descriptiva, así los vínculos con esos fenómenos de sociedad, que existen, no se hagan ostensiblemente explícitos.

2. Conjeturas

Nada hay gratuito en la acción de titular, inclusive si la persona que lo hace escapa a la consciencia de haber realizado un acto interesado. Titular es, en un primer momento, un hecho de lenguaje, sujeto por lo tanto a las tensiones que se desatan y que se nuclean en torno a la palabra: control y pérdida, conocimiento y ceguera, saber e ignorancia, luz y opacidad. Construidos como sujetos a través del lenguaje (5), nadie escapa a las determinaciones de la lengua en el momento en que la ejecuta, así sea en las prácticas en apariencia más anodinas, en apariencia más descriptivas, en apariencia más fieles a la realidad que pretenden referir. Titular puede pasar por una práctica menor de significación en razón de la economía extrema de su gesto, puro fulgor, pero no encierra menos implicaciones que cualquier otro acto de lenguaje, inclusive los más complejos: es un ejercicio que conlleva tanta información como la que contiene sobre la

totalidad de un animal una única célula retirada de su piel. Los efectos de sentido de la titulación de los discursos informativos rebasan de lejos la intención de quienes los conciben, y pasan a expresar entonces significaciones que desbordan el simple marco de la voluntad de sus autores. Ni siquiera sería necesario asistirse del respaldo teórico del psicoanálisis para acreditar esta afirmación: bastan los conceptos más elementales de la lingüística. Las características de un medio se definen no a partir de sus propias declaraciones de política o de principios (procedimiento que equivaldría a aceptar automáticamente como ciertas sus propias autopercepciones o sus propios deseos) sino de su lenguaje y de sus contenidos ideológicos objetivamente circunscritos. Se parte entonces de los productos y no de los principios declarados. Acudir a quienes titulan para saber qué quieren decir sus titulares es un índice contundente de ingenuidad semiológica: todo está en el título, como todo está en la célula.

Titular es discriminar, en el sentido más puro del término: clasificar, distinguir. Titular es ya un principio de orden en el universo caótico de la incertidumbre puesto que separa y nombra: diferencia. Es verdad: la discriminación no siempre está cargada de una connotación negativa y no siempre titulamos discursos informativos. ¡Menos mal! Titular es inevitable desde el mismo momento en que se trata de ordenar los hechos del mundo, cualquiera sea su complejidad, cualquiera sea su condición, y nuestra naturaleza humana (o mejor, nuestro carácter de seres sociales) nos obliga permanentemente a ello. Un mundo sin clasificaciones sería un mundo sin referentes, laberinto en el que los individuos nos sentiríamos perdidos. Nombrar, la roca que sin tregua ni respiro los poetas deben subir a lo alto de la montaña y dejar caer, es también clasificar puesto que al dar nombre a algo se le inscribe en la vasta cadena de las significaciones con una identidad propia. Si el oficio de los poetas es inextinguible, no habría razón distinta, ni más profunda ni más noble, que la necesidad permanente que sentimos los seres humanos de dar nombre a los hechos nuevos para no morir sepultados bajo la incertidumbre de lo desconocido y de la incompreensión y de la perplejidad que inevitablemente le siguen. Cuando los padres dan nombre a sus hijos, están al mismo

tiempo confiriéndoles unos atributos de su imaginari o cuya realización esperan en ellos.

Es fácil deducir la importancia simbólica de la costumbre judía de dar a sus hijos sólo nombres de parientes fallecidos, o la característica propia de muchas lenguas que contienen una partícula idiomática que significa ser hijo de alguien: --ez, en español, --son, en inglés; --ben, en árabe; --vich, en ruso, etc., sin mencionar el hecho de que a los hijos se les atribuye de oficio el apellido de sus progenitores: titulación obligatoria y jurídica. Dar nombre a un recién nacido es titularlo y rescatarlo por el mismo hecho de una existencia en la sombra. **La fiebre del olvido**, esa penosa enfermedad que en cierto momento aqueja a los personajes de Macondo en **Cien años de**

soledad, la novela de Gabriel García Márquez, ejemplifica hasta el



paroxismo la necesidad humana de nombrar, de titular: bajo los efectos de ese singular mal, a las vacas había que colocarles un cartelito que dijera "vaca" dado que la gente tendía a olvidar su nombre, pero luego, ante los interrogantes de sentido que suscitaba el nombre escueto, había que colgarles otro letrero que dijera "sirve para dar leche", y después otro: "Con la leche se hace el queso", etc. (N.B. ¡Los ejemplos son de memoria!).

3. Dimensiones

A. EL TÍTULO: UNA SÍNTESIS

Todo título se concibe ante todo como una síntesis.

Un día en la vida de Iván Denisovich (A. Soljenitzin) es, en efecto, la narración de un día en la vida de Iván Denisovitch, como **Madame Bovary** (G. Flaubert) es la historia de madame Bovary, **Caperucita Roja** (Perrault) la de Caperucita Roja, y **La Metamorfosis** (F. Kafka) la de un hombre que se metamorfosea (en un insecto). Por más de que se trate de una afirmación obvia, conviene recordarla porque esa síntesis, como toda síntesis, busca destacar los rasgos más distintivos y subrayar los núcleos identificatorios de la historia que refiere y, en conse-

cuencia, dar la impresión de una cierta autosuficiencia de sentido: todo estaría dicho en el título. Pero está claro que es una perífrasis: no podría ser de otra manera.

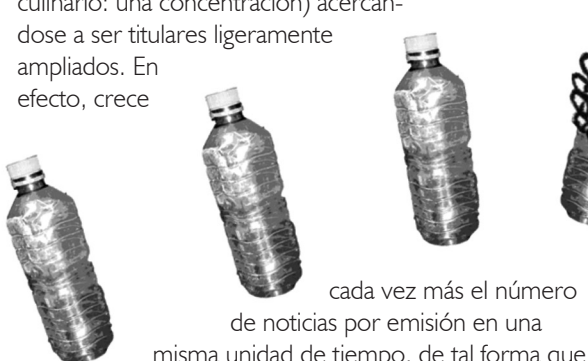
Un título logrado desde el punto de vista de la síntesis (una perífrasis perfecta, entonces) irradia significación duraderamente: un título fracasado, al contrario, extingue su poder significativo tan pronto es consumido. La naturaleza poética que alcanzan algunos titulares hace que, gracias a la filiación cosanguínea con esa dimensión de lo literario, éstos perduren en el universo de la significación; en cambio, un título sin otra aspiración que ser ejemplarmente referencial, muere tan pronto eclosiona, como las flores nocturnas de la Pitaya (Cactus Grandiflora) que, horrorizadas, fallecen ante el primer contacto con los rayos del sol.



B. EL TÍTULO: UNA TAUTOLOGÍA, UN PLEONASMO, UNA REDUNDANCIA

Si el título es una síntesis del cuerpo del texto, todo lo dicho en éste de alguna forma estaría ya en aquél, aunque no fuese sino como una promesa. Si la información sobre la totalidad del agua de los mares está contenida en una sola gota de sus aguas, la gota sería una tautología de todos los mares, de la misma forma que un título y su texto. El título crea una ecuación de equivalencias: el título vale por el texto entero. Puro pleonismo, pura redundancia. ¿Para qué leer entonces el cuerpo de un texto si ya toda la información está contenida en el título? Este razonamiento, por más absurdo que parezca, es el que sin embargo de alguna forma han adoptado muchos medios o, si todavía no lo han acogido, por lo menos avanzan hacia la congruencia con ese modelo: basta mirar, por ejemplo, en qué se ha transformado en Colombia el antes (por lo menos pasablemente) extenso

periódico El Tiempo, la arrolladora tendencia mundial de los diarios gratuitos, caracterizados por informaciones compuestas por un gran titular y una frase que se lee entera entre la apertura y el cierre de las puertas del vagón del Metro, y la delgadez anoréxica de las informaciones televisivas aplastadas por las grandes algaradas de titulares escandalosos. Es probable que los noticieros televisivos tiendan cada día a reducirse (en el sentido culinario: una concentración) acercándose a ser titulares ligeramente ampliados. En efecto, crece



cada vez más el número de noticias por emisión en una misma unidad de tiempo, de tal forma que estos noticieros, estimulados y respaldados en la imposible idea de la exhaustividad en el cubrimiento de los hechos sociales, podrían llegar a convertirse un día en un mero continuo de titulares. Los periódicos distribuidos gratuitamente en los metros de algunas ciudades europeas pueden ser una muestra de ello en el terreno de lo gráfico; los periódicos *Occidente* y *Qué'ubo*, en Cali, otra.

C. EL TITULO: PURA DEPENDENCIA

Ningún título puede ser leído por fuera de su encuadre, es decir, por fuera de aquellos elementos que lo rodean precisándole, otorgándole y limitándole sentido. El título no significa en plenitud si se le toma aisladamente. No hay títulos solitarios; todos están en relación. Los elementos de encuadre son un ancla que fija el título y le impide su fragmentación o su volatilidad significativa. Esos elementos, que se encuentran en todas las publicaciones con variaciones menores, son, dentro de un primer círculo de inmediatez física, la Sección, la Subsección, el Antetítulo, la Bajada, el Peso tipográfico de las letras. Pero también, ubicados dentro de otro círculo menos próximo y por lo tanto más amplio, el cuerpo del artículo y el material gráfico con sus correspondientes textos de acompañamiento.



Y aún, pertenecientes a un círculo todavía mayor, más distante y más difuso, el carácter que se autoatribuye la misma publicación y el que el imaginario del público le concede. Esta dependencia de sentido podría extenderse a círculos todavía más vastos, e ingresar de esa manera en los anchurosos espacios de la contextualización social que, a la larga y en rigor, determinan la legibilidad de los títulos. Nunca hay soledad en la lectura, por más que el lector se encuentre aislado: a su lado en el espacio y antes y simultáneamente en el tiempo, lo acompañan los fantasmas de los otros seres humanos. En extremo, lo que estas afirmaciones quieren decir es que el concepto de **estructura** es aplicable a los discursos informativos en la medida en que la modificación de uno de sus elementos cambia su configuración total; siendo el título apenas uno de los elementos que conforman esa estructura de los discursos de la información, el análisis, por lo tanto, podría ser aplicado con semejante (supuesta) validez a

cualquier otro de esos elementos: nada es verdaderamente legible sino en una lectura que tenga en consideración la situación de contexto.

Las operaciones de encuadre de los titulares obligan a lecturas metonímicas y azimutales. Nadie, en efecto, puede leer todos los elementos que convergen en torno a un titular sin apelar a la asociación de esos elementos por contigüidad metonímica, es decir, eliminando la continuidad horizontal y placentera y los vínculos lógicos que han caracterizado a la lectura occidental. El desplazamiento del ojo en todas las direcciones y la movilidad del espíritu a través de las diferentes asociaciones salvajes y racionales, involuntarias y conscientes a las que un lector se encuentra incitado en el acto de leer hacen de la lectura un ejercicio estallado, **sui generis**. Las experiencias sinestésicas que actualmente se adelantan a través de la lectura en computador (es decir, lecturas en las que ya no sólo interviene el sentido de la vista) harán de



Ilustración: Carolina Sandoval

este ejercicio lector la aproximación más cercana a ese diálogo con Dios tan caro a santo Tomás (mejor dicho, a Tomás de Aquino) (6).

De otra parte, la búsqueda por establecer un vínculo (en algunos casos manifiestamente cómplice) con el lector extraído de su universo contextual explica la naturaleza anafórica de algunos titulares (7), característica que apela al conocimiento cultural y al acervo ideológico de los lectores para instaurar de inmediato un nexo complementario entre ambos. Titular, por ejemplo, **Cayó Fujimori**, supone que los lectores conocen quién es la persona evocada. De la misma manera, el uso del artículo definido (**Cayó el asesino de los Andes**) da a entender (el artículo definido *el* en *el asesino*) que los lectores saben a quién se refiere el titular; *a contrario*, el uso del artículo indefinido (**Cayó un asesino de los Andes**) presupone la ignorancia del lector. Otras expresiones anafóricas de los titulares se materializan a través de dichos (**Al que madruga...**), de nombres de películas (**Lo que el viento se llevó**), de expresiones vueltas corrientes (**Trabajar, trabajar y trabajar**), formas todas que (al menos en el contexto colombiano) reenvían al lector a un universo conocido y familiar del cual extrae de inmediato un nexo complementario de identificación con el discurso que consume.

D. EL TÍTULO: UN ESCALOFRÍO EMOCIONAL

Es posible que cierta categoría de títulos esté más dirigida a la emoción que al intelecto. Los elementos paralingüísticos en la enunciación de los titulares en los noticieros televisivos y los grandes juegos gráficos y de colores con los que se tratan los titulares de los periódicos y de las revistas pueden ser un indicio de la validez de esta aseveración. De esa manera, el título buscaría la adhesión del lector a los valores contenidos en la información no a través de la razón sino del sentimiento. La prevalencia de la irracionalidad, en la que se encuentra sumergida la emoción, expulsa de las actitudes individuales la posibilidad del pensamiento, privilegiando del lector así tratado su dimensión animal más que su condición humana. A través del título, el lector es un animal.

E. EL TÍTULO: LA SUPOSICIÓN DEL LECTOR

El acto de titular supone un perfil de su futuro lector. O, lo que es lo mismo, el tipo de lenguaje utilizado



en la titulación deja entrever la imagen que el medio tiene de su lector y de alguna manera o le reafirma su identidad o atrae nuevos individuos identificados con esa sensibilidad. Titulares como **Farc se les metieron al rancho a los “paras”, Clásico en Bogotá, a “palo seco”, Ochenta invidentes por la “pole” de ortografía** o **Slim vino y “amarró” el negocio** apelan a un lenguaje degradado si se le compara con los virtuosos titulares ajustados a la gramática más estricta de los que se jactaba antes El Tiempo (medio de donde son tomados los titulares referidos). Lo que puede marcar ese viraje en la manera de titular es la pretensión de ese periódico de extender su influencia a sectores populares o juveniles, que son los usuarios de un lenguaje semejante (desarticulado, argótico, impropio), en detrimento de otros sectores que, a lo mejor, se encuentran ganados por otras razones. A través del lenguaje en los titulares se ejecuta una estrategia comercial, política e ideológica que pasa por configurar y prefigurar el perfil de los lectores.

De otra parte, aunque es posible que los títulos expresados en frases gramaticalmente completas y en frases gramaticalmente incompletas coexistan en una misma publicación, se puede observar cómo el uso tendencial de una o de otra frase está emparentado con una cierta idea de estatus que se quiere autoconferir un medio: las frases completas para los medios “serios”, las incompletas para los más anclados en sectores populares (menos “serios”, más informales, más caóticos, más dislocados, más carnavalescos). La frase completa (**El dólar bajó su cotización**) expresa lingüísticamente un sentido cerrado, en tanto que la incompleta (**Noche de perros**) deja abiertas compuertas de sentido, pasarelas al mundo

equivoco de la polisemia. En ambos casos, lo que está en juego tras la manera de titular es la autoimagen del medio y el contorno de los lectores supuestos.

F. EL TÍTULO: UNA CODIFICACIÓN

La codificación, que, como se sabe, requiere ser compartida para su desciframiento, adopta en el caso de los titulares formas particulares. Un titular como **Uribe: iremos hasta el fin**, exige que el lector entienda los dos puntos (:) como equivalentes a un verbo y al giro de la frase en subjuntivo: **Uribe dice que iremos hasta el fin**. El signo de puntuación coma (,) opera en algunos casos también como equivalente a un verbo, como en el caso de **Licorera, en quiebra**, que el lector lee como **La licorera está en quiebra**. Las comillas son equivalentes a citas textuales: **“No nos vamos a quedar callados”**. Pero quizás donde esta codificación adquiere un nivel más sutil es en los titulares que apelan a un saber cultural más fino que el simple conocimiento de los signos de puntuación y sus equivalencias; por ejemplo, **El cementerio de los elefantes**, titular con el que se reseñó el triunfo de Holanda sobre Costa de Marfil en el pasado mundial de fútbol (2-0), implicaba estar al tanto de la idea de acuerdo a la cual nadie conoce dónde está el cementerio de esos animales, por una parte, y, por otra, asociar Costa de Marfil con los elefantes, dado que ese país toma su nombre del marfil de los colmillos de estos paquidermos, cuya (salvaje) explotación tenía lugar sobre todo allí.

Sobre el mismo registro juegan titulares como **Elefantes sin defensas** (Argentina vence a Costa de Marfil tras un partido en el que los jugadores de este país despliegan un erróneo planteamiento defensivo; “defensas” es el nombre que también reciben los colmillos de los elefantes); **Los “Black Starts” dan brillo al África** (titular que, a través del oxímoron “Estrellas Negras”, recuerda el apodo dado a los jugadores de Ghana); **Italianos y norteamericanos la ven roja** (cruce de significaciones entre “verla roja” como una forma de pasar dificultades y “ver tarjetas rojas” por el gran número de expulsados de ambas escuadras); **Túnez en el desierto** (la derrota de Túnez ante Arabia Saudita, dos países caracterizados por tener grandes desiertos); **Los gavilanes perdieron sus plumas**, (los “gavilanes”, so-



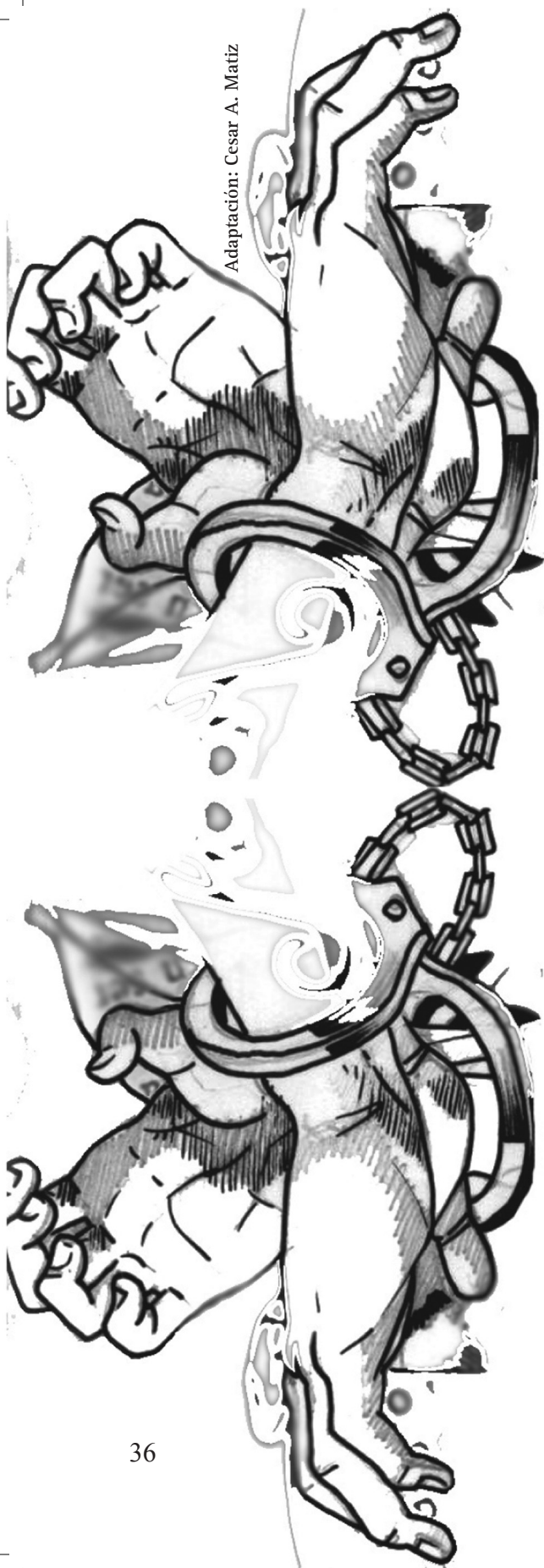
brenombre dado a los jugadores de Togo, vencidos por Suiza); **Ronaldo hace el peso** (superposición de sentidos entre el excesivo peso de Ronaldo y el peso decisivo de su prestación futbolística en la victoria de Brasil sobre Japón, 4-1); **Insípida Albión** (que, tras el soso triunfo de Inglaterra sobre Ecuador por un magro 1-0, evoca, con ironía, la "pérfida Albión" de W. Shakespeare) (8).

4. Galería

La siguiente es una pequeña muestra clasificada, según criterios coincidentes con los registrados en el numeral 3 de este texto, de titulares elegidos un poco al azar de diversas publicaciones: Semana y Cambio (Colombia), El País (España), Le Monde y Libération (Francia). Sólo duplican ejemplos ya dados en el texto, pero pueden ser útiles para un eventual estudioso de estos temas. Como todos los titulares, los que vienen a continuación algo tienen de alusivo (aluden de una cierta manera al tema que prometen) y de elusivo (no son una referencia literal a lo que evocan de forma directa). Así, por ejemplo, el titular **A sangre fría** (anáfora que remite al título del reportaje canónico de Truman Capote *A sangre fría* no habla del libro de este autor sino de la pena de muerte en los Estados Unidos. Otro ejemplo: el titular **Parranda vallenata** no habla de una fiesta con conjuntos vallenatos sino de la entrega del ahora llamado "Comandante" de las Autodefensas "Jorge 40". Hay que precisar que los titulares comparten varias dimensiones de las que han servido para establecer la clasificación, de tal forma que uno de ellos puede hacer parte de varias categorías; se trata pues de una taxonomía cuyos límites se confunden y se invaden.

Anáfora por proverbios (adagios, refranes, dichos populares): Al que madruga...; Ver para creer; Más sabe el diablo por viejo...; Espejito, espejito...

Anáfora por títulos (generalmente de libros, de películas, de obras de teatro, de programas de televisión): Atrapados en Bagdad (Atrapados sin salida); Crimen y Preguntas (Crimen y Castigo); Cien años de rectitud (Cien años de soledad); Monólogos de la vagina (Monólogos de la vagina); Atraco a la italiana (Matrimonio a la italiana); El pastorcito mentiroso (El pastorcito mentiroso); Perder es cuestión de método (Perder es cuestión de método); El desafío 2006-2010 (El desafío 2006); Vivir con el virus (Vivir con el enemigo); Tres son



compañía (Tres son compañía); Revivamos nuestra historia (Revivamos nuestra historia); Pulso de titanes (Guerra de titanes); El primer emperador (El último emperador); La otra verdad (La otra verdad); Juntos son dinamita (Juntos son dinamita); Hasta que la plata los separe (Hasta que la plata los separe); País de maravillas (Alicia en el país de las maravillas).

Anáfora por expresiones dadas: Negociar, negociar, negociar; La gata saca las uñas; Otro oso; Así de simple; Italia duerme en sus laureles; El pastor alemán; Vivitos y coleando; ¿Levántate y anda?; La fe mueve millones; En la recta final; Sin pelos en la lengua; Hasta que la plata los separe; Con broche de oro.

Frases completas: Primeros 6 juicios por robo a Cajanal; El gobierno quiere pedir a la Iglesia la eliminación de los símbolos franquistas; Empeora el estado de salud de Sharon; Israel acepta una fuerza de interposición en el Líbano; El Supremo propina un revolcón a la Audiencia Nacional al anular la condena al 'talibán español'.

Frases incompletas: U.S. 350 millones por Telecom; La difícil relación entre Damasco y Washington; Hasta pronto, capital del dolor; Bendición muy política para los emigrantes judíos en Francia; La CPI incompetente para juzgar los crímenes de guerra en Israel y en el Líbano.

Codificación por saber cultural: Italia pone a Ucrania bajo su bota (alusión a la silueta en forma de bota de Italia); La gata saca las uñas (en referencia a la mujer apodada La gata); Lina se confiesa (alusivo a la esposa del Presidente Uribe así llamada); Otra frontera caliente (exige conocer cuál es la frontera supuesta); La otra verdad (requiere saber cuál es la anterior verdad); El ventilador de Los Mellizos (el lector debe conocer la referencia al ventilador —que, por supuesto, no es el aparato que dispensa aire— y saber a cuáles mellizos evoca).

Codificación por comillas (""): "No somos de segunda"; "Si mi hija tuvo un bebé, quiero tenerlo entre mis brazos"; "No nos vamos a quedar callados"; "Si a mí algo llega a pasarme, Bush sería el asesino": Chávez; Saad Hariri favorable a una "solución global".

Codificación por dos puntos (:): Si me matan, la culpa es de Bush: Chávez; "Si a mí algo llega a pasarme, Bush sería el asesino": Chávez.

Codificación por coma (,) substituta

de verbo: La licorera, en quiebra (La licorera está en quiebra); El "Comando Hubert", en misión en Habbouch (El "Comando Hubert" se encuentra en misión en Habbouch). 

Notas

(*) Algunos criterios descriptivos de este trabajo están inspirados en antiguas notas de clase tomadas en el seminario dictado por Eliseo Verón ("Théorie et idéologie des discours") en la Escuela de Altos Estudios de París a finales de la década de los años setenta. No estoy, por lo tanto, en condiciones de citar fuentes escritas (por lo demás, hasta donde sé, inexistentes), pero reconozco agradecido esta deuda. Dedico al señor Verón este ejercicio analítico, un eco modesto y lejano de su voz.

¹ Pierre Bourdieu, "Au coeur de la domination masculine" in *Femmes, le mauvais genre?* Manière de voir 44, Paris, marzo-abril de 1999, p. 81.

² Agnès Callamard, « Le sexisme à fleur de mots » in *Femmes, le mauvais genre?* Manière de voir 44, Paris, marzo-abril de 1999, p. 12.

³ La narración titulada « Cada hombre es un mundo », tomada por J. L. Borges y A. Bioy Casares en Cuentos Breves y Extraordinarios (Losada, Buenos Aires, 1993) del Diccionario Enciclopédico Hispanoamericano, quizás ilustra de mejor manera esta unicidad de los seres humanos: "Don Miguel de los Santos Álvarez tiene motivos particulares para no creer en la riqueza. El resultado de sus meditaciones a este respecto es la convicción de que *andan por ahí* veinticinco duros y algunos diamantes que van dando la vuelta al mundo de mano en mano. Los primeros los ha tenido en la suya alguna vez, según asegura. A los segundos no los conoce más que de vista, todavía. Don Miguel es uno de los hombres más friolentos del Viejo Continente. Nadie puede jactarse de haberlo visto en la calle, como no sea en el mes de julio, sin levita, gabán, capa, bufanda y chanclos. Toma, sin embargo, en el estío sus *baños de bastón*, que consisten en hacer preparar la tina con agua templada, ponerse en mangas de camisa y meter en el líquido refrigerante el tercio inferior de su palo habitual. La impresión de la frescura absorbida por el bastón dice que le basta para

tiritar un momento. En seguida se abriga convenientemente y sale del cuarto con las mayores precauciones. (A esto él lo llama hidroterapia)."

⁴ Equivalente al concepto de *trabajo* en K. Marx.

⁵ Benveniste, Emile. *De la subjetividad en el lenguaje* in Problemas de Lingüística General. Siglo XXI, México, 1981.

⁶ A este propósito, ver el artículo de Anthony Sampson *Lectura y cuidado de sí*, aparecido en la revista de la Universidad del valle N° 16, abril de 1997.

⁷ Verón, Eliseo. *Materialité du sens (et son refoulement)*. CETSAS, Paris, 1978.

⁸ Los ejemplos del párrafo que aquí termina han sido tomados del diario francés *Libération*.



Bibliografía

BENVENISTE, Emile. "De la subjetividad en el lenguaje", in Problemas de Lingüística General. Siglo XXI, México, 1981.

BOURDIEU, Pierre. «Au coeur de la domination masculine» in *Femmes, le mauvais genre?* Manière de voir 44, Paris, marzo-abril de 1999.

CALLAMARD, Agnès. « Le sexisme a fleur de mots » in *Femmes, le mauvais genre?* Manière de voir 44, Paris, marzo-abril de 1999.

VERON, Eliseo. *Materialité du sens (et son refoulement)*. CETSAS, Paris, 1977.