

LA ORGANIZACIÓN DE LA INFORMACIÓN EN EL TEXTO DE LA NOTICIA EN LA PRENSA FRANCESA: PROCEDIMIENTOS Y ESTRATEGIAS. ESTUDIO DE PRAGMÁTICA DISCURSIVA Y TEXTUAL

JUAN HERRERO CECILIA
Universidad de Castilla-La Mancha

1. CARACTERÍSTICAS GENERALES DEL DISCURSO DE INFORMACIÓN *MEDIÁTICA*

El discurso periodístico es una práctica de comunicación social perteneciente a lo que se conoce con el nombre de *comunicación mediática* o propia de los medios de comunicación de masas (prensa, radio, televisión). Estos medios, con sus canales o dispositivos de transmisión específicos, dirigen sus mensajes a un destinatario colectivo (el público en general o un determinado tipo de público) y contribuyen a generar un espacio de información y de discusión en torno a todos los aspectos que constituyen la *actualidad* (noción compleja que se transforma constantemente con el devenir de la vida social). El discurso de información mediática se apoya sobre un *contrato de comunicación* especial (Charaudeau, 1997) en el que intervienen unas dimensiones situacionales *externas* (finalidad comunicativa, identidad de las instancias de producción y de recepción de los mensajes, campo temático, dispositivo de transmisión) y unas dimensiones discursivas *internas* (posición del sujeto enunciador ante el enunciado, tipo de relación que se establece entre los interlocutores a través del enunciado, modo de organización discursiva del tema tratado y elección de las estrategias enunciativas oportunas).

Como práctica institucionalizada de comunicación social, el discurso de información mediática encuentra su justificación en los objetivos perseguidos que consisten en transmitir al público destinatario un saber verídico y objetivo sobre los acontecimientos considerados significativos e interesantes que suceden o han sucedido en el mundo (contexto internacional, nacional y local). La información *nueva* que transmiten los medios le permite al destinatario tener un mejor conocimiento del mundo que le rodea y una mejor capacidad de orientación y de adaptación a la compleja realidad de la vida social. Pero, como ha puesto de relieve Charaudeau (1997 : 72), la información mediática es el resultado de un doble proceso de “transformación” y de “transacción”. La transformación consiste en hacer pasar el acontecimiento ocurrido en el mundo (“*événement brut*”) a la situación de acontecimiento *construido* por la instancia mediática (periodista, comité de redacción, etc.) y *configurado discursivamente* dentro del texto de la “noticia” que el medio ofrece a la comprensión e interpretación del destinatario al que se dirige. El proceso de “transformación” se encuentra, por lo tanto, supeditado al proceso de “transacción”, porque la instancia mediática va a construir el discurso de la noticia en función de la imagen que ella tiene de la instancia de recepción (sus conocimientos, expectativas, intereses, valores, mitos, etc.). La instancia receptora de la información, por su parte, transformará en *acontecimiento interpretado* el acontecimiento *construido* y *configurado* en el texto de la noticia. La interpretación se producirá en función de los conocimientos y de la experiencia afectiva del receptor.

El contrato que dirige la comunicación mediática exige que el proceso de configuración y de transmisión de la información se realice persiguiendo dos finalidades (“*visées*”) de tipo

ilocutorio y perlocutorio fundamentales y complementarias que responden, según Charaudeau (1997 :73) a una lógica simbólica diferente :

- B) Una finalidad de *información* : el objetivo es dar a conocer al público los hechos más significativos de la actualidad produciendo en el destinatario una impresión de *credibilidad* por medio de estrategias y procedimientos que permitan *autenticar* lo narrado.
- C) Una finalidad de *captación* o de seducción : se trata de movilizar el interés y las emociones del público destinatario haciéndole *sentir* la información recibida. La conquista de una audiencia cada vez más numerosa y más fiel se ha convertido en algo fundamental para todos los medios de información en el mundo contemporáneo.

2. CARACTERÍSTICAS DEL DISCURSO INFORMATIVO DE LA PRENSA ESCRITA

Vamos a restringir aquí el concepto de discurso periodístico al campo específico de la *prensa escrita*. La prensa es un canal o un dispositivo de comunicación que construye sus mensajes sobre el área espacial de la página haciendo intervenir el código semiológico de la lengua escrita y el código de la imagen fija. Se trata de un régimen de significación escritural y visual que explota las posibilidades de lo *legible* y de lo *visible*. El mensaje de la prensa se produce en una situación de interacción comunicativa condicionada por la distancia espacial y temporal entre el acto de enunciación y el acto de recepción. Por otro lado, la información de la prensa se redacta “después de haber ocurrido el acontecimiento” para darlo a conocer y poner de relieve su significación ante los lectores por medio del discurso de la noticia (“*informar*”) y del comentario (“*opinar*”). La preponderancia de lo *verbal* exige una especial actividad de *conceptualización* por parte de las dos instancias para llegar a una representación y un entendimiento del mundo al que hace referencia el texto escrito. La estabilidad del mensaje y la distancia entre los interlocutores permite que el lector manifieste una actitud más libre y más meditada ante la información que recibe. Esto diferencia el proceso de recepción de la prensa del proceso de recepción de la radio y de la televisión. La prensa no puede seguir la *actualidad* de una manera inmediata y directa como estos dos medios; por eso mismo su misión más específica va a consistir en relatar, analizar y comentar los acontecimientos más significativos ofreciendo al lector una *visión de la actualidad más analítica y reflexiva* que la que recibe por otros medios.

Al dirigirse a un público amplio y heterogéneo, el discurso de la prensa escrita está obligado a facilitar la lectura y la comprensión de las informaciones que ofrece. Para ello tiene que saber explotar las exigencias de la *visibilidad* (organización estratégica de las páginas, juego con los titulares...), la *legibilidad* (situar las noticias según su importancia informativa, clasificar la información en secciones temáticas fáciles de encontrar, organizar el texto de la noticia de forma jerarquizada destacando lo fundamental..), la *inteligibilidad* (explicar y comentar al lector el significado de los acontecimientos) y la *dramatización* (hacer reaccionar al lector poniendo de relieve el lado insólito, trágico, sensacional, etc. del acontecimiento, adaptándolo a los esquemas narrativos que rigen los estereotipos del imaginario colectivo). El discurso de la prensa no se rige por lo tanto por lo que Roland Barthes llama el *principio de escritura* (búsqueda de un estilo personal y de la innovación formal) sino por lo que Henri Boyer (1988) denomina el *principio de “scriptión”* (búsqueda de la claridad expositiva para facilitar la comprensión del lector empleando los códigos que predominan en el contexto social y los modelos que ofrecen los géneros periodísticos).

3. EL GÉNERO DE LA NOTICIA Y SU CONFIGURACIÓN DISCURSIVA Y TEXTUAL

Como afirma F.Rastier : « Un discours s'articule en divers genres, qui correspondent à autant de pratiques sociales différenciées à l'intérieur d'un même champ. Si bien qu'un *genre* est ce qui rattache un *texte* à un *discours* » (1989 : 40). Los géneros son modelos institucionalizados de producción y de interpretación de textos que funcionan dentro del contexto social y cultural donde se sitúan los interlocutores. Los géneros del discurso de la prensa organizan la comunicación haciendo posible la consecución de los dos objetivos fundamentales de este discurso : *informar* y *opinar*. De aquí se derivan dos macrogéneros : el macrogénero de la *noticia* (en el que quedan englobados los *géneros informativos*) y el macrogénero del *comentario* (en el que quedan englobados los *géneros interpretativos*). Ángel Benito precisa los dos tipos de géneros con estas palabras : « Los géneros informativos más importantes son cuatro : información o noticia, reportaje, entrevista y crónica; destinados todos ellos a contar la realidad de una forma o de otra. Los géneros interpretativos son también cuatro principales : artículo, editorial, comentario o columna y crítica ; van dirigidos a opinar sobre la realidad y la actualidad » (Benito,2001 : 79). Dentro del campo de la prensa francesa, los *géneros informativos* más empleados son los siguientes : “la brève”, “le filet”, “le compte rendu”, “le reportage”, “l'enquête”, “le dossier” y

“l'interview”. Todos ellos son manifestaciones diferenciadas del macrogénero de la *nouvelle*. He aquí, por otro lado, los *géneros interpretativos* más corrientes : “l'éditorial”, “le billet”, “la chronique” (de alcance político o social), “la critique” (de libros, películas, espectáculos, etc.), “la tribune d'opinion”, “le commentaire ou analyse d'experts” (a cargo de periodistas o de especialistas en alguna cuestión), y “le portrait”.

Entendemos aquí, por lo tanto, el concepto de *noticia* y su manifestación textual en sentido amplio. En el texto que se adapta al macrogénero de la noticia (ya sea un boletín de agencia, un suceso, un reportaje, una investigación, etc.), se produce una *configuración discursiva* que transforma el hecho ocurrido en el mundo (“*événement brut*”) en *acontecimiento construido y relatado* que, por eso mismo, va a ocupar un lugar en el “espacio público de la *actualidad*” adquiriendo una significación y haciéndose cognoscible e interpretable para el destinatario de la información. El mundo configurado en el texto no es, por consiguiente, un equivalente “objetivo” del hecho ocurrido, sino una *representación simbólica de carácter verbal* en la que se produce un proceso de tematización y de predicación de los actores y de sus comportamientos aplicando las categorías cognitivas con las que el lenguaje conceptualiza la realidad y las operaciones de enunciación, de modalización, de aspectualidad y de temporalidad. La actividad enunciativa de la instancia mediática se produce en *interacción* con la instancia de recepción. El sujeto enunciador, en efecto, tematiza, modaliza y focaliza el contenido informativo de la noticia en función del *punto de vista* escogido para dar a conocer el sentido del acontecimiento teniendo en cuenta los conocimientos y los sentimientos del destinatario (“visées” de información y de seducción).

Se comprende entonces que el texto de la noticia se organice y funcione como *discurso* (sobre el eje de la interacción “ahora” y “aquí” con el lector destinatario) y como *relato* (dar cuenta del desarrollo de un acontecimiento que ha ocurrido en un *pasado* más o menos cercano al momento de la enunciación y en un *lugar* más o menos próximo o lejano del contexto de enunciación y de recepción). La configuración discursiva del texto deberá poner de relieve las siguientes dimensiones que hacen inteligible el acontecimiento como objeto de información :

- a. *¿Quién?* (los actores implicados en el acontecimiento : agentes, pacientes, beneficiarios, colaboradores, testigos...).
- b. *¿Qué?* (el hecho o los hechos principales y sus consecuencias).
- c. *¿Dónde?* (el lugar o contexto donde ha ocurrido el acontecimiento).

- d. *¿Cuándo?* (el momento y las circunstancias temporales).
- e. *¿Cómo?* (el desarrollo de los hechos en su devenir lógico y cronológico).
- f. *¿ Por qué ?* (informar sobre las causas, ofrecer explicaciones)

El texto concreto de una noticia constituye una respuesta (más o menos lograda) a estas preguntas implícitas. Pero la “mise en texte” que configura verbalmente el saber sobre el acontecimiento, va exigir al sujeto enunciador narrador que ponga en marcha actividades discursivas diversas : designar, identificar, calificar a los actores, exponer y relatar los hechos, explicar las causas, comentar las consecuencias, introducir las palabras o las opiniones de los actores y de los testigos, citar las fuentes de información, motivar el interés del lector destinatario, suscitar sus emociones, hacerle reflexionar sobre el alcance del acontecimiento, etc. Todo esto tendrá que integrarse en un *proyecto de discurso* capaz de organizar de manera coherente la progresión temática aplicando un esquema de organización secuencial que otorgue pertinencia comunicativa al conjunto del texto. Sobre esta cuestión volveremos más adelante cuando tratemos sobre la organización macroestructural y superestructural del texto de la noticia.

3.1. *La selección de la noticia y su presentación al lector : una información jerarquizada, orientada y focalizada*

No todo lo que ocurre en el mundo aparece en los periódicos. Estos seleccionan las noticias, las inscriben dentro de una sección temática determinada y enfocan el acontecimiento desde un determinado *punto de vista* que ofrecen a la recepción interpretación de los lectores. Cada noticia implica, por lo tanto, unos criterios de selección y la selección implica, a su vez, un proceso previo de percepción de la *novedad* del acontecimiento y de la *modificación* que ese acontecimiento introduce en el orden normal de las cosas. La noticia será, por lo tanto el resultado de una elección que se apoya sobre los criterios de *actualidad* (algo importante que acaba de suceder en nuestro mundo), *socialidad* (lo ocurrido puede ser situado dentro de alguna de las esferas que constituyen la vida social: contexto internacional, nacional, economía, cultura, ciencia y tecnología, deportes, etc.), *imprevisibilidad* y *dimensión psíquico-afectiva* (el acontecimiento rompe los esquemas de la vida ordinaria, resulta inesperado, sensacional, trágico, catastrófico, etc.). Todos estos criterios son más o menos implícitos y nos remiten a los esquemas culturales, a los valores morales, a las ideologías y mitologías compartidas en el contexto sociocultural donde se transmite la información. Cada periódico adopta estos criterios según su propia concepción de la información, el tipo de lector al que se dirige y el contexto informativo (internacional, nacional, regional, local) que constituye su objetivo prioritario.

Para hacer bien *legible e inteligible* la información, cada periódico clasifica las noticias y los artículos dentro de secciones temáticas bien claras (“rubriques”) que constituyen una especie de modelo de organización jerárquica de la compleja realidad del mundo buscando la *universalidad*. Las áreas temáticas abarcan, en efecto, un gran número de campos de vida política, social, cultural, científica, deportiva, incluyendo también el tiempo, los espectáculos, los programas de televisión, etc. Se busca así interesar al mayor número posible de lectores y a públicos con intereses diversos. La elección y el orden de las secciones o áreas temáticas constituye un rasgo de la identidad del periódico. Esto se puede percibir si comparamos las “rubriques” de varios periódicos diferentes, por ejemplo, *Le Monde*, *Le Figaro* y *Libération*. Los lectores habituales se acostumbran a la división temática de su periódico y recorren sus contenidos temáticos con facilidad.

La inclusión y el desarrollo textual de las noticias seleccionadas dentro de cada sección o área temática (“rubrique”) se organiza siguiendo un principio de *jerarquización* que se apoya en el criterio de la importancia o de la *pertinencia informativa*. Esto se manifiesta:

- A) *En el plano cuantitativo* : la cantidad de espacio redaccional atribuido a la noticia (ésta puede quedar resumida o ser tratada en varias columnas); la colocación en el periódico (en portada, en páginas interiores); la tipografía adoptada (tamaño más o menos grande de las letras en el título y el subtítulo, etc.).
- B) *En el plano cualitativo* : un acontecimiento puede dar lugar, si es importante, a varios tipos de artículos en el mismo periódico (reportaje, análisis, comentario de expertos, editorial). Si no se considera muy importante puede ser tratado en un solo texto en forma de noticia breve o en forma de reportaje más o menos amplio.

Por otro lado, el texto mismo de la noticia obedece a una organización jerarquizada de la información. Lo que la instancia mediática considera más pertinente desde el punto de vista informativo queda condensado en los *titulares* que anuncian el acontecimiento al lector y pretenden atraer su atención (función fática y actividad de focalización). Lo esencial del acontecimiento se presenta de forma resumida en el *sumario* o *entradilla* (“chapeau”) que precede al texto del artículo para anticipar su contenido y facilitar el recorrido de la lectura. En el cuerpo del artículo, los párrafos primeros contienen los aspectos que más pueden interesar a los lectores en consonancia con lo anunciado en los titulares; mientras que los últimos párrafos son menos informativos y podrían ser suprimidos por el Comité de Redacción si lo considerara necesario a la hora de confeccionar la edición definitiva del periódico. Este modelo de organización jerarquizada de la información actualiza el esquema de la “*pirámide invertida*” (De Fontcuberta, 1993 : 72-74). Para Gonzalo Abril, este esquema caracteriza el régimen de la información en la sociedad contemporánea como modo específico de conocimiento y como práctica de comunicación que tiene en cuenta los mecanismos cognitivos y receptivos de la audiencia. Los contenidos informativos son jerarquizables y resumibles porque responden a los criterios de « *relevancia* o de *noticiabilidad* » (Abril, 1997 : 229). La noticia y toda la organización del periódico adoptan una estructura “*modular*” : « No sólo la estructura de la pirámide invertida, sino toda la morfología del periódico moderno expresa una nueva textualidad y una nueva forma de conocimiento sometidas a la organización modular de la *comunicabilidad* (posibilidad de sustitución funcional de sus segmentos)”. (Abril, 1997: 230)

3.2. Estrategias y procedimientos discursivos empleados por el narrador de la noticia

La voz y el punto de vista del narrador¹ periodista son una instancia necesaria para que el acontecimiento extratextual ocurrido en el mundo quede configurado como acontecimiento *relatado* y *comentado* en el texto de la noticia. La actividad expositiva y narrativa de la palabra del periodista deberá, en efecto, hacer inteligible el acontecimiento seleccionado produciendo una impresión de *credibilidad* en el lector destinatario. Para ello escogerá las estrategias discursivas más adecuadas a las exigencias del *contrato de comunicación* propio del género concreto de la noticia (boletín breve, reportaje, relato de un suceso, etc.) : enunciación *delocutiva* en tercera persona, ocultamiento de la subjetividad, tono neutro y “objetivo” para causar impresión de “transparencia” referencial, modalización de la distancia enunciativa ante las *fuentes* y las *voces* citadas para “autenticar” la veracidad de lo narrado, etc.

A través de la puesta en escena discursiva, el narrador tematiza el acontecimiento adoptando un determinado *punto de vista* en connivencia con las expectativas del público al que se dirige.

1. Según Charaudeau (1997 : 174), el texto de la noticia es configurado por un *mega-narrador* porque en esa configuración intervienen las fuentes de la noticia, el periodista que la ha redactado y la redacción del periódico que la va a colocar en la página oportuna y va a escoger el título y el espacio que tendrá la noticia.

El acontecimiento puede ser ofrecido, en efecto, como algo sensacional, admirable, apasionante, o como algo problemático, injusto, desconcertante, trágico, terrible, etc. El punto de vista adoptado y los *efectos* perseguidos nos remiten al tipo de *finalidad comunicativa* (de información o de seducción) que guía el discurso del periodista y que suele estar en consonancia con la línea informativa e ideológica del periódico.

En el *relato periodístico*, el proyecto de discurso del narrador suele adaptarse a las siguientes pautas de organización textual (ver Charaudeau, 1997 : 176) :

- A) Iniciar el texto con un *incipit* o *apertura* más o menos dramática o chocante para atraer la atención sobre un aspecto significativo del acontecimiento (el final trágico o feliz, la figura del protagonista, la irrupción inesperada de un agente perturbador, etc.).
- B) *Reconstituir* los hechos desde la situación inicial y seguir el encadenamiento lógico y cronológico de su desarrollo hasta el desenlace o la situación final.
- C) Insertar *comentarios explicativos* a lo largo del relato de los acontecimientos para hacer ver el por qué y el cómo de lo ocurrido. Remontarse a los “antecedentes” y atraer la atención sobre las *consecuencias* y sobre las *reacciones*.
- D) Presentar una *conclusión* o un *cierre* del relato formulando unos interrogantes que anticipan nuevas perspectivas derivadas del acontecimiento o insistiendo sobre la dimensión fatal de lo ocurrido. El narrador puede interpelar al lector para fundamentar una interpretación moralizante o para que piense en una continuación que parece previsible.

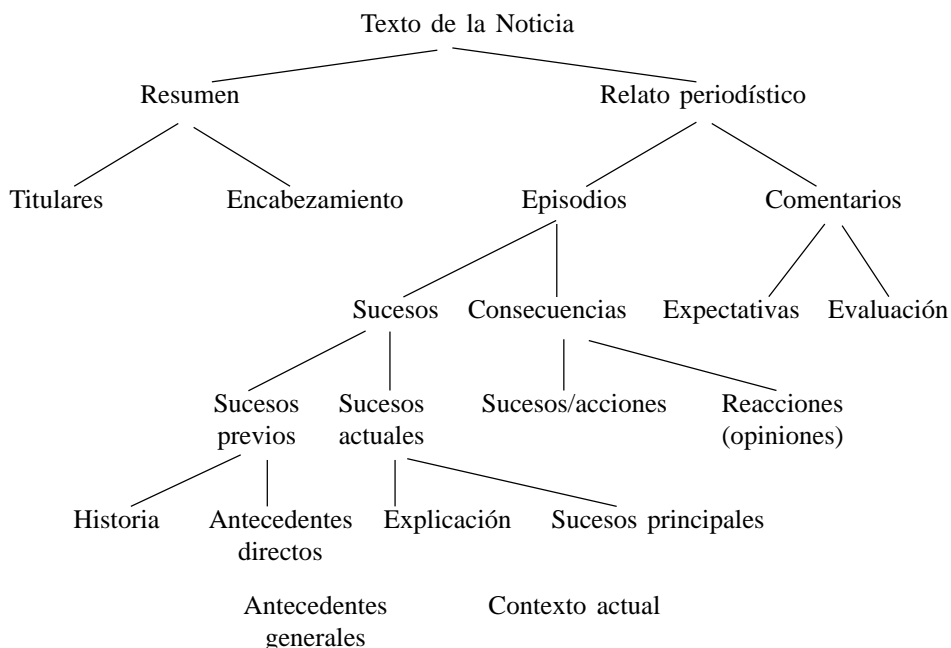
3.3. La macroestructura temática y la superestructura secuencial

La *macroestructura* de un texto corresponde a la organización semántica del tema principal desarrollado a través de las diversas etapas y párrafos que van constituyendo el contenido como una totalidad discursiva dotada de un sentido global. El sentido global de un texto puede ser sintetizado o resumido en una o dos macroproposiciones que condensan la temática principal. Esa temática es el *tema* o *topic* global al que responde la macroestructura del texto. Según esto, la macroestructura temática del texto de la noticia será el desarrollo discursivo del tema principal y de los subtemas que lo integran. El tema queda anunciado y condensado en el *título* y el *subtítulo*. El *sumario* o *entradilla* resume el contenido temático del texto. La macroestructura temática estará pues constituida por los titulares y la relación jerárquica que el *sumario* establece con los párrafos que van exponiendo, a lo largo del artículo, las etapas principales del acontecimiento relatado, las explicaciones necesarias para hacer entender este acontecimiento, los testimonios que lo “autentican” y las reacciones a las que ha dado lugar. Como ya hemos señalado, la macroestructura de la noticia organiza la información según el esquema de la *pirámide invertida*.

La *superestructura* corresponde al esquema o modelo formal de organización en el interior del cual queda inscrito el desarrollo global del tema tratado en el texto. Se trata de un esquema de organización secuencial formado por macroproposiciones² cada una de las cuales puede dar lugar a una serie más o menos amplia de proposiciones textuales. Según Van Dijk (1978), la superestructura corresponde al esquema que organiza la macroestructura temática de la noticia como un todo coherente y secuencialmente unificado. Ese esquema hace inteligible la exposición de los hechos y las explicaciones o comentarios que el sujeto enunciador introduce siguiendo su propio “proyecto de discurso” para dar cuenta del acontecimiento al lector. Pero

2. Sobre los esquemas *prototípicos* de la organización secuencial y superestructural de los textos, ver J.M.ADAM: *Les textes: types et prototypes*. Paris : Nathan, 1992.

sea cual sea el recorrido efectuado, el narrador tendrá que aplicar el esquema superestructural específico de la noticia, porque lo que caracteriza a este género periodístico consiste en relatar los episodios principales, relacionarlos con los antecedentes, exponer las causas y las consecuencias, dar cuenta de las reacciones, introducir testimonios o evaluaciones de los protagonistas, etc. Creemos que el esquema superestructural prototípico del texto de la noticia ha quedado bien definido por T. VAN DIJK (1983 : 70). Se trata de un esquema de organización secuencial que nos permite entender el funcionamiento del texto de la noticia y encontrar su pertinencia comunicativa más allá de la aparente heterogeneidad de las operaciones discursivas que intervienen en su configuración. Ese esquema es el siguiente:



Este esquema pone de relieve las macroproposiciones con las que opera el sujeto enunciador narrador para configurar de forma coherente el “empaquetamiento” de la información, es decir los diversos bloques textuales en los que queda integrado el contenido de la macroestructura temática del acontecimiento tratado. No es necesario que el narrador tenga que desarrollar todas las macroproposiciones; puede escoger solamente las principales. Cada texto concreto lo actualizará, por consiguiente, a su manera según el *proyecto de discurso* que haya seguido el enunciador-narrador.

3. 4. *Análisis de la macroestructura temática y de la superestructura secuencial de una noticia del periódico LE MONDE*

Vamos a analizar aquí un reportaje publicado en *Le Monde* (18-19 de Febrero de 2001), y que reproducimos en documento Anexo. El reportaje se presenta con este titular : “Un navire transportant un millier de clandestins s’échoue sur les côtes varoises”. Aparece situado en la página 5 que corresponde a la sección temática general “FRANCE” (*rubrique*). Aquí queda inscrito bajo el epígrafe concreto “IMMIGRATION” que lo enmarca dentro de una problemática

social. El titular se completa con un largo subtítulo que ofrece ciertas precisiones temáticas sobre el qué, el quién, el cuándo y el dónde: « *Le « Easti-Sea », un vraquier battant pavillon cambodgien, s'est échoué dans la nuit de vendredi à samedi sur la plage de Boulouris, près de Saint-Raphaël (Var). Une centaine de passagers, en majorité des Kurdes irakiens, ont gagné la côte à la nage. Les autres – hommes, femmes et enfants - devaient être évacués* ».

Este reportaje ocupa la mitad de la página, que está dedicada por completo a informar sobre el naufragio de los inmigrantes kurdos. En ella aparecen, en efecto, otros tres textos que ofrecen datos complementarios para que el lector pueda interpretar el sentido de un acontecimiento que la redacción del periódico considera significativo por la problemática que implica. Toda la página presenta entonces una organización *modular* formando una especie de dossier en torno al tema principal para que el lector lo perciba desde un determinado punto de vista al servicio de una finalidad prioritariamente *informativa* (relatar y analizar).

Hay que señalar, por otro lado, que esta noticia reviste una especial relevancia informativa porque la redacción la ha seleccionado también para ofrecerla en portada con este titular principal : “Un bateau d’immigrés s’échoue en France”. Con esta frase concisa la redacción subraya el carácter actual, inesperado y próximo del acontecimiento atrayendo sobre él la atención del lector (focalización). El acontecimiento fundamental adquiere ciertas precisiones en las cuatro frases que constituyen el subtítulo. Aparece luego un texto a cuatro columnas que entra en el detalle de los acontecimientos; pero este relato no es completo. El lector tiene que pasar a la página 5 para obtener toda la información porque esta noticia ha sido encuadrada en la “rubrique” FRANCE. Pasando ya al análisis del reportaje, podemos observar que está firmado por el “envoyé spécial” Bruno Aubry que lo ha redactado en “SAINT-RAPHAËL (Var)”. El narrador adopta un punto de vista externo y un tono “objetivo” que se adapta al tipo de enunciación *delocutiva* (en tercera persona). El proyecto de discurso pretende ser “transparente” a los acontecimientos y a los testimonios recogidos buscando unas *estrategias discursivas* capaces de producir una impresión de credibilidad en el lector.

La construcción de la macroestructura temática sigue el esquema del *relato de prensa* en donde la voz de un narrador relata los *episodios* (hechos, testimonios, reacciones, etc.) e introduce ciertos *comentarios*. La macroestructura se presenta jerarquizada en diversos niveles que organizan el sentido construido en el texto. He aquí los niveles y su contenido :

- A) La « rubrique » « FRANCE » (Lugar o sección temática general donde el periódico coloca los acontecimientos) y la especificación temática « IMMIGRATION » bajo cuya perspectiva queda inscrito el aspecto problemático del acontecimiento de la noticia.
- B) Los titulares :
- El titular principal : « *Un navire transportant...etc.* ». Anuncia en una frase clara y breve el contenido específico fundamental de la noticia. Se trata de la *Macroproposición global* de todo el texto (*tema textual*).
- El subtítulo: ofrece un contenido más concreto que precisa en forma de relato mínimo el tema anunciado en el título (qué, cuándo, dónde, quién, cómo).
- C) La « entradilla » o el sumario : aparece situado en lo más alto de la página (en negrita). Ofrece una visión sintética de los puntos principales del relato anunciado en el título y en el subtítulo. El empleo del condicional marca la distancia que toma el enunciadore ante el grado de realidad del tema enunciado.
- D) El cuerpo del texto : el periodista cuenta las circunstancias del naufragio de los inmigrantes kurdos en las costas del Var y las operaciones que las autoridades francesas han puesto en marcha para solucionar el alojamiento y la atención a los heridos. El contenido temático queda organizado en ocho etapas o párrafos que actualizan *macroproposiciones* diferentes

que hemos señalado con letras mayúsculas. Cada uno de estos párrafos cumple una función informativa y viene a inscribirse en la *superestructura* que confiere una coherencia global al texto. He aquí nuestro análisis de los diferentes párrafos :

Párrafo A : corresponde al incipit o apertura. Entramos de forma dramática en el devenir mismo de los hechos (« in medias res ») con un párrafo descriptivo en *presente* centrado sobre el aspecto que ofrecen en la playa los “náufragos kurdos” y los que todavía están amontonados en el barco. Esta forma de incipit enfoca a los protagonistas de la noticia y busca un efecto de dramatización y de suspense para atraer el interés del lector destinatario de la información (estrategia de seducción).

Párrafo B : vuelta hacia el momento del naufragio (hecho principal reciente en *passé composé*) : « Le bateau s’est échoué dans la nuit du vendredi, etc.... ». Designación de los actores o protagonistas del acontecimiento (« ..plus d’un millier de personnes à bord, Kurdes irakiens pour la plupart.. ») .

Párrafo C : « Selon les premiers témoignages recueillis par les nombreux secouristes...etc. ». A partir de los *testimonios* recogidos, el periodista avanza ciertas *explicaciones sobre las causas* del naufragio.

Párrafo D : exposición de los *antecedentes* (hechos más lejanos). Partiendo de los testimonios de los naufragos que afirman que querían « *trouver refuge quelque part pour vivre en paix* » (discurso citado), el periodista nos dice que estos « *exilés volontaires* » habían salido de las costas de Grecia una semana antes.

Párrafo E : vuelta a los *hechos actuales derivados* (las consecuencias del naufragio en las costas de Francia: operaciones de evacuación y de alojamiento, etc.): « Samedi matin les autorités ont été évidemment surprises par ce naufrage... », etc. Se introducen *comentarios evaluativos* y las *reacciones* de las autoridades francesas (discurso citado). Son estrategias para mantener la credibilidad y producir un efecto de *autenticidad* .

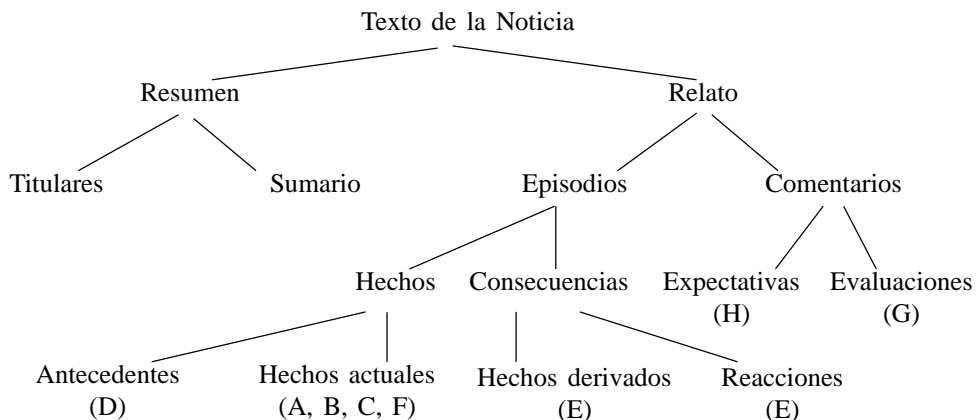
Párrafo F : insistencia sobre la suerte de los protagonistas del naufragio. El periodista pretende responder brevemente a las preguntas : ¿cómo han hecho el viaje?, ¿en qué estado han llegado y dónde se han dirigido? Se apoya también en ciertos *testimonios* recogidos.

Párrafo G : Comentario sobre el número exacto de los naufragos y sobre el coste del viaje: « Difficile, tant que les opérations de secours ne sont pas achevées, de savoir exactement le nombre d’exilés, etc. ». *Evaluación* del suceso : « Un voyage de tous les dangers, pour un sort incertain ».

Párrafo H : (conclusión o cierre del texto). El narrador hace alusión al futuro incierto de estos naufragos en Francia : « Leur sort sera ensuite suspendu à l’examen de la demande d’asile, que certains d’entre eux pourraient effectuer ». Las consecuencias del acontecimiento quedan abiertas.

Esquema superestructural de esta noticia :

La superestructura es el esquema que organiza el nivel secuencial global donde vienen a inscribirse las macroproposiciones y que confiere coherencia al texto. La noticia que hemos analizado actualiza de la forma siguiente el esquema prototípico de la noticia propuesto por T.Van Dijk :



El análisis de esta noticia nos ha permitido comprobar la organización jerarquizada de la información en este tipo de texto. Hemos visto que la instancia mediática adopta unas estrategias discursivas basadas en el distanciamiento subjetivo y en la búsqueda de una escritura “objetiva” capaz de producir una impresión de credibilidad en la construcción temática del acontecimiento relatado. Nos hemos limitado a trazar aquí una visión panorámica de la macroestructura temática y de su relación con el esquema superestructural prototípico. Habría que analizar también otros aspectos significativos (el encadenamiento microtextual, la polifonía enunciativa, la orientación ideológica o argumentativa, etc.) que necesitan un amplio tratamiento y que no podemos abordar en esta comunicación .

BIBLIOGRAFÍA

- ABRIL, G. (1997) *Teoría general de la información. Datos, relatos y mitos*, Madrid, Cátedra.
- ADAM, J.-M. (1992) *Les textes. Types et prototypes*, Paris, Nathan.
- ADAM, J.-M. & LORDA, C.-U., (1999) *Lingüística de los textos narrativos*, Barcelona, Ariel.
- BENITO, A. (2001) *Diccionario del periodismo*, Madrid, Acento Editorial.
- BOYER, H. (1988) *L'Écrit comme enjeu. Principe d'écriture et principe d'écriture dans la communication sociale*, Paris, Didier-Crédif.
- CALSAMIGLIA BLANCAFLORT, H. & TUSON VALLS, A. (1999) *Las cosas del decir. Manual de análisis del discurso*, Barcelona, Ariel.
- CHARAUDEAU, P. (1997): *Le discours d'information médiatique. La construction du miroir social*, Paris, Nathan.
- DE FONTCUBERTA, M (1993), *La noticia. Pistas para la noticia. Pistas para percibir el mundo*, Barcelona, Paidós.
- FUENTES RODRÍGUEZ, C. (1999) *La organización informativa del texto*, Madrid, Arco Libros.
- MAINGUENEAU, D. (1994) *L'énonciation en linguistique française*, Paris, Hachette.
- RASTIER, F. (1989) *Sens et textualité*, Paris, Hachette.
- REVAZ, F. (1997a) “Le récit dans la presse écrite”, *Pratiques*, 94 (*Les genres de la presse écrite*). Metz , pp.19-33.
- RICOEUR, P. (1983) *Temps et récit*, Paris, Seuil. Tome 1
- SEMPRINI, A. (1996) *Analyser la communication*, Paris, L'Harmattan.
- VAN DIJK, T.A. (1978) *La ciencia del texto*, Barcelona-Buenos Aires- Méjico, Paidós Comunicación. 1983 y 1992.