

### 3. LA REALIDAD COMO DISCURSO

La concepción del discurso ha cambiado mucho en función de las diferentes épocas históricas y disciplinas. Aún así sigue siendo el objeto común de la investigación humanística. Aquí se entiende por discurso "cualquier uso del lenguaje, u otros sistemas semióticos, en un contexto social" (Jensen, 1993: 29), lo que implica que está en condiciones de ser reconocido socialmente porque usa algún tipo de código más o menos convencionalizado (Velázquez: 1992: 42). Por tanto, se revelan semióticos los códigos socioculturales específicos y los contextos. Estos, como ha dicho Verón (1997: 54), porque "construyen progresivamente, en el seno de la historia y de la sociedad, conjuntos de reglas de producción y de reconocimiento". En la medida que redefine los papeles tradicionales atribuidos al texto, al lector y al contexto, esta visión de lo discursivo se sitúa en el modelo semiótico textual y en el paradigma culturalista (ver 2.2; 2.2.5): junto a la naturaleza esencialmente social de la significación, afirma la contribución al sentido textual de los entrecruces con la historia y la cultura o la preeminencia de los códigos culturales en la socialización de los signos.

Para Levi Strauss (1975: 133-4), el lenguaje articulado separa naturaleza y cultura. Eso lo convierte incluso en "el instrumento esencial mediante el que asimilamos la cultura de nuestro grupo". Esta conversión del lenguaje en el hecho cultural por excelencia explica la tesis de Eco (1977: 66) de que la cultura "puede comprenderse mejor si se la aborda desde un punto de vista semiótico". Aunque lo real no pueda reducirse a discurso, el lenguaje y la cultura adquieren valor, como ha hecho notar Adorno (1973), porque están en el centro de la relación que los sujetos mantienen con el mundo. De hecho, median los procesos de percepción, cognición y acción, haciendo de lo semiótico una fuerza que rompe, y va más allá, de las rígidas clasificaciones y ordenaciones del lenguaje articulado (Kristeva, 1974). Ese radicalismo cultural de lo discursivo convierte en reductiva cualquier lectura inmanente y autónoma del discurso, a la manera de los formalistas, del new criticism o del estructuralismo; en cambio, impone verlo como parte y espacio de un devenir social lleno de contradicciones y conflictos, a la manera del pensamiento crítico. Más aún, cuando el lenguaje se ofrece a esos mismos sujetos como la única forma de compartir la realidad tal como la viven y, a través de ello, como el principal camino para su socialización (3.2).

Las conductas colectivas vividas en Aragón durante la movilización autonomista y el conflicto audiovisual, sugieren, siguiendo a Grandi (1995: 36), que gran parte de la sociedad vivió aquel acontecer como una trama en la que los sujetos reconocieron determinados topic o áreas temáticas específicas y, además, asignaron a los actores sociales diferentes 'dramatis personae'. Entendiendo el topic textual como una asignación de sentido que los usuarios atribuyen al enunciado en el proceso de comunicación (Mannetti, 1995: 82), se infiere que los discursos activados por la autonomía plena o

el agua generaron un contrato enunciacional entre emisores y receptores que transformó la relación intersubjetiva e hizo posible la cooperación interpretativa. Aunando el modelo semiótico informacional y el paradigma culturalista, aquel acontecer operó como un texto que los usuarios iban leyendo a partir de su competencia discursiva, pero sobre todo cultural, comunitaria. El protagonismo de los medios de comunicación avisa de que la noticia se convirtió en la estrategia básica para cerrar ese acuerdo entre emisores y receptores: a la manera de lo que esbozan Kurt y Gladys Lang en el día de MacArthur, el acontecer devino en un relato seriado en el que muchos sujetos se sintieron a la vez protagonistas y espectadores:

El 78.1 de los encuestados desea que el Gobierno de Aragón reivindique más ante el Gobierno Central; El 78.3 cree que otras Autonomías resultan más beneficiadas que Aragón por el Gobierno Central; para el 68.8, Aragón necesita mayor nivel de autonomía y el 82.2 % está de acuerdo o muy de acuerdo en que tenga el mismo nivel de autonomía que las Comunidades Históricas (Malo de Molina, 1992a).

Somos un gran equipo (Lema campaña institucional del Gobierno de Aragón previa a la manifestación del 23.4.92)

"Nadie se ha atrevido a definir exactamente qué significa eso de autonomía plena, pero subliminal o directamente se han difundido dos mensajes: uno popular de que no podemos ser menos que catalanes, vascos o gallegos y otro político de que para igualarnos hay que reformar el Estatuto" (L. Granell, *Punto de vista*. Cope, 22.4.92).

*El 15 N fue un éxito rotundo* (Haldo, 16.11.92 [abre edición a página]).

*Marco no cede y sostiene la acusación de 'fascismo' contra PAR e IU* (Heraldo, 19.11.92).

*La Resaca del 15 N* (El País, 20.11.92 [titular a página]).

*A la calle de nuevo* (Heraldo, 23.4.93 [abre edición a pg; foto de bandera aragonesa]);

*El pueblo no rebla* (23.4.93 [editorial]).

"Durante meses esa misma cúpula del PAR ha estado convencida de que el éxito de las últimas manifestaciones autonomistas y los incrementos electorales en las pasadas generales le permitían actuar con creciente desahogo [...] Finalmente Eiroa tragó con el acuerdo DGA-Antena 3" (Trasobares, J. L. *Eiroa se cayó del guindo*. Haldo, 16.9.93).

Como insinúan estos datos, el sentimiento social de no ser tratados justamente y una promesa institucional de futuro para la colectividad constituyeron dos de las ideas que hicieron de marco interpretativo (Tuchman, 1993: 112) y organizaron el texto mediante una serie de isotopías, como 'calidad de vida' o 'ni más ni menos'. Además de que prueba la coherencia interna de este texto cultural, esa continuidad de marco facilitó un determinado tipo de lectura preferida por parte de las audiencias. Así, a medida que lograba mayor adhesión social. devino en una alternativa a la dominación política. De hecho, diferentes dirigentes del Gobierno Central y del Partido Socialista

insistieron en destacar el peligro que la autonomía plena suponía para la Constitución e, incluso, así lo arguyeron quienes promovieron la moción de censura contra el Gobierno impulsor de la movilización. Esa puesta en juego del poder a través de los discursos explica las operaciones de semantización que se efectuaron y los entrecruces textuales que se activaron: la autonomía plena se discursivizó de forma ambigua para lograr "un apoyo potencialmente universal dentro de su propia comunidad" (Hobsbawm, 1991: 187) y se activaron diálogos textuales ligados al sentimiento de agravio, como las libertades aragonesas, el mayor autogobierno de Cataluña y Euskadi (1) o la competitividad territorial. Sin embargo, también aclara que, al cambiar la hegemonía política en Aragón, se modificara ese marco interpretativo: la reivindicación autonomista quedó fuera de la agenda temática medial, al mismo tiempo de que era descargada de su sentido crítico respecto al Gobierno Central.

Este tipo de intercambio simbólico confirma que, lejos de la reducción saussuriana a la lengua (2), el sentido se produjo, a la manera apuntada por Volosinov, como efecto de una lucha social sobre el signo (en Beezer, 1994: 118). Tal como sugiere el modelo semiótico enunciacional, la comunicación se produjo a través del texto y fue en ese espacio donde se concretó, primero, la lucha por los simulacros enunciacionales (3.2.1) y, después, por la construcción social de sentido (3.2). La pugna mantenida por los impulsores de la autonomía plena o por sus detractores se libró, en gran medida, a través de los discursos, confirmando la tesis culturalista de que las condiciones de la hegemonía son, sobre todo, discursivas, simbólicas (Hall, 1998). Como prueba este acontecer aragonés, al convertirse en espacio de conflicto, de pulso por el poder, ni los textos ni los significados pueden ser estables. Los sujetos son interpelados a partir de una serie de significados llenos de ambigüedades, distorsiones o contradicciones, pero que cambian tan pronto como se modifica la dominación. De ahí que, para explicar el apoyo masivo a la autonomía o el malestar social vivido alrededor del convenio televisivo, sea menos necesario indagar en el interior de los discursos (Jakobson, 1977) que en las lecturas *negociadas* por los sujetos a partir de determinadas condiciones sociales (Martín Barbero, 1993).

En su reflexión sobre qué es literatura (3), Foucault (1996) constata que la complejidad alcanza al interior del discurso, puesto que este no sólo lo conforma el sistema lingüístico, sino también todo el hecho de las hablas acumuladas en la historia. Esta hipótesis recuerda lo dicho por Lotman (1978: 69) de que "todo el conjunto de códigos históricamente formados", incluso los extratextuales, son semióticos siempre que conviertan "al texto en portador de significados". De esa forma, el lema *autonomía plena*, y por tanto la movilización social que puso en marcha, revela su capacidad discursiva para generar adhesión social por lo que tuvo de mensaje publicitario capaz de satisfacer una expectativa social latente, la de disfrutar de mayor autogobierno. Pero, al mismo tiempo, su valor persuasivo sentido reenviaba al imaginario colectivo, a la compleja relación que la sociedad aragonesa ha vivido con el estado centralizado durante toda la modernidad. Ese entrecruce llenó de

sentido el denominado victimismo de la movilización, algunos atisbos foralistas o la conciencia de superioridad manifiesta con la que se expresó el Partido Socialista y el Gobierno Central:

"La reivindicación autonomista nunca se limitó a las cuestiones competenciales, sino que se extendió a aspectos conceptuales, a la racionalización [...] de los sentimientos de identidad y a la asunción como necesidad práctica y urgente de la autonomía plena. El nuevo articulado [...] corrobora que el reconocimiento de la nacionalidad histórica de Aragón y, en conjunto, de la identidad aragonesa estuvo presente, activó y sustanció el concepto de autonomía plena" (Eiroa, 1995: 13).

*Felipe ridiculiza a Eiroa por el conflicto del agua* (El Periódico, 20.1.93 [abre edición, dibujo de F.González jugando a las cucañas; una de ellas lleva el nombre de Aragón]).

*La Mesa del 23A fuerza a PSOE y PP a apoyar el Estatuto amplio* (El Periódico, 12.3.93 [a página]); *Los enfrentamientos entre los partidos hacen peligrar un 23A multitudinario* (Diario 16, 11.3.93); *Cristóbal Montes critica el aragonesismo del PAR* (El Periódico, 22.4.93 [abre pg. cuatro]).

Como prueba de las formas en que los aragoneses vivieron este acontecer, estos titulares y fragmentos muestran matices nuevos de cómo lo social operó desde el interior del signo. Además del diálogo con el imaginario social, estos discursos hicieron visible lo que Perceval (1996: 29) denomina "un mundo de sentido" que los individuos aprenden en su proceso de formación y, dentro de él, "las aspiraciones" de los grupos sociales o comunidades. Ese camino, que liga estos procesos de comunicación a la situación que Morley (1997) describe para las comunidades interpretativas, también pone de manifiesto los posibles intereses y conflictos de clase que se enmascararon, a la manera apuntada por Hall (1998), tras el carácter comunitario de la reivindicación. Los discursos aparecen, pues, como los dispositivos de poder que, según Foucault (1988), usan las instituciones y los grupos para imponerse socialmente mediante la producción de realidad. Si ahí adquieren valor político e ideológico la retórica activada por unos u otros actores o los formatos puestos en circulación por los medios y las instituciones, también se revelan centrales la naturaleza del espacio público desde el que se dotó de sentido a lo real o la interdiscursividad pactada por algunas instituciones, partidos, organizaciones sociales, medios y audiencias.

La comunicación de masas se dibuja como uno más de los discursos sociales cuyo referente se sitúa en los hechos y sucesos que ocurren en la sociedad. A diferencia de otros discursos históricos que fabrican efectos de realidad a partir del acontecer, el discurso medial toma como referencia el acontecimiento (4). Desde el papel institucional que le reconoce la sociedad, legitima unos hechos como significativos, puesto que los eleva a rango de noticia mientras deja fuera otros acaeceres (Schmúcler, 1977b). Como realidad construida convencionalmente, las diferencias entre el acontecer

y el acontecimiento se revelan semióticas porque afectan a la manufactura discursiva (Van Dijk, 1993) e ideológicas ya que expresan creencias e intenciones (Curran, 1998). Por eso, su fuerza no depende tanto del referente como de la construcción discursiva: como prueban los factoides o los rumores, la *noticia* perdura incluso cuando está alejada de la realidad. En esos casos, los desmentidos o rectificaciones pueden reforzar incluso las interpretaciones o fortalecer los prejuicios (Champagne, 1993: 62). De ahí que, aunque hayan devenido en publicaciones de entretenimiento y operen como un servicio de cafetería en el que cada usuario se sirve aquello que más le interesa (Curran, 1998: 200), los medios se revelan como una ingeniería central para la construcción social y como uno de los espacios públicos donde más se expresan los conflictos de poder y los intereses sociales.

El acontecer autonomista se inició y acabó en el sistema político. La reacción aragonesa al Pacto Autonómico partió del Presidente de Aragón y, posteriormente, fue asumida por algunos partidos que se constituyeron en Mesa para convocar la primera movilización; la reivindicación se diluyó tras la moción de censura, como prueba la escasa respuesta popular a la manifestación celebrada el 23 de abril de 1994. Sin embargo, sólo el papel jugado por algunos diarios y emisoras aragonesas explica el proceso de conformidad social o el grado de adhesión logrado e, incluso, el contenido esquemático, hecho de trazos tímóticos y pragmáticos, que acabó teniendo la demanda autonomista. Los medios empezaron siguiendo este acontecer desde la noticiabilidad que conceden a lo político; pronto incluso le otorgaron una cierta sobrerrepresentación, sobre todo desde que el PSOE añadió al componente institucional la polémica partidista, al oponerse a la manifestación. Cuando percibieron una respuesta social favorable a la reivindicación, se presentaron como sus adalides y, en colaboración con el Gobierno autónomo, la lideraron durante meses. Su centralidad se prolongó en el conflicto televisivo: los intereses empresariales y políticos de los medios devinieron en noticia, pero sobre crearon un clima de opinión favorable a la moción de censura, una realidad que algunos incluso anticiparon:

"[...] otro culebrón emergente, que va asomando poco a poco la cabeza, sería esa hipotética moción de censura que PSOE e IU interpondrían al Gobierno Eiroa al comenzar el curso parlamentario" (Bolea, J. *El pai-pai*. Diario 16 Aragón, 13.8.93).

"[...] el mismo informe de *Tiempo* remata la faena asegurando con toda seriedad que el supuesto asalto de Marco a la presidencia cuenta con el apoyo de Heraldo de Aragón[...]. Es como si estuvieran a años luz de la realidad aragonesa" (Heraldo. La Rotonda, *¿Estáis tontos o qué?*, 18.8.93).

"[...] ¿no será el éxito de su competidor el que hace amarillear las páginas de nuestro eximio colega? ¿No será, quizás, el temor al nacimiento de un medio de comunicación el que desquicia a quien hasta ahora dictaba su propia ley informativa en toda la comunidad?. [...] Es curioso que ahora, tras la firma del convenio, ese periódico vea

corruptelas e incompetencia en unos políticos a los que antes respetaba e incluso elogiaba en sus editoriales" (El Periódico. *De sonrojo en sonrojo*, editorial, 19.8.93).

Este uso retórico de la profecía que se cumple a sí misma revela, siguiendo a Chomsky (1996), su poder dentro de la sociedad. De hecho, también anticiparon el éxito de las manifestaciones y el fracaso del convenio televisivo. Datos conocidos posteriormente (5) han confirmado que la moción de censura estaba acordada y cerrada antes de las Elecciones Generales, pero su discursivización noticiera confirma la capacidad mediática para crear simulacros de realidad que pueden enmascarar lo real hasta vedarlo en función de necesidades ideológicas (Baudrillard, 1974). En función de su oposición o apoyo al convenio televisivo, las empresas informativas leyeron la moción de censura como la última oportunidad de salvar o poner en peligro sus intereses. La necesidad de hacer creíble su relato o de enmascarar el carácter argumentativo de sus discursos y relatos les llevó a recubrir de neutralidad informativa e institucional, lo que Schíller (1974) califica de acciones intencionadas y saturadas de valores. Algunas encuestas insinuaron que el tratamiento mediático apenas modificó el apoyo social a una programación televisiva propia ni al rechazo que produjo la moción de censura (Ansó, 1994). Sin embargo, esa prueba de democracia semiótica prueba la capacidad de pensar por sí mismas, pero no desmiente el espesor discursivo y social con el que operó el sistema medial a lo largo de este proceso colectivo.

El valor político de esta hegemonía de lo noticioso se hace más evidente si se tiene en cuenta que la experiencia humana sólo puede considerarse tal cuando se la relata y se convierte en discurso. Esa lógica contraviene el empeño que la lingüística presaussuriana y algunas semióticas han puesto en la capacidad del lenguaje para representar la realidad o en que sin referente no hay signo. En la medida que se aleja de esa tradición empirista, esta propuesta se sitúa cerca de lo dicho por Greimas de que "el mundo sólo puede llamarse humano en cuanto que significa algo" (1971: 7) y también de la tesis de Durhan Peters y Rothenbuler (1997: 41) de que "toda realidad social es el producto de una creación humana, se refiera esta o no a símbolos". Esta constatación, por un lado, quiebra la diferenciación establecida por Bacon, Hobbes y Locke entre las cosas que existen verdaderamente de las que son producto de la invención humana; pero, por otro, sitúa en el centro de la construcción social a los discursos, y en especial a los masivos, porque la experiencia del mundo real es siempre simbólica o, en otras palabras, nada se da de modo inmediato; más bien todo es producto de la capacidad del lenguaje para construir un mundo dotado de sentido (Landowski en Grandi, 1995: 188).

Esta convicción de la capacidad creativa del lenguaje, y por tanto de la centralidad del discurso en la construcción de lo social, no sólo reivindica la centralidad de lo mediático en este proceso social, sino el papel jugado por la interdiscursividad. Y, dentro de ella, los entrecruces que el sistema medial y la

masificación establecieron con otros discursos sociales, como los institucionales o los interpersonales que operaron en la familia, el ocio y el trabajo. Aunque los medios de comunicación (6) contribuyeran a la construcción de la realidad y a su tematización en el espacio de la comunicación pública, otros tipos de comunicación mediaron lo prolongado e intenso del proceso y activaron la capacidad de los receptores para reconstruir la realidad codificada. Según su conocimiento del mundo, sus valores, creencias y opiniones (Velázquez, 1992: 22), reterritorializaron la información y le dieron, en palabras de Mattelart (1993: 254), un sentido "más personalizado". Contaron para ello con el tipo de agregación urbana que caracteriza a Zaragoza, ciudad donde comenzó y se concentró la movilización. Además de que su socialidad mantiene vivos espacios y relaciones de naturaleza rural (Ebrópolis, 1996), sus hábitos de consumo medial revalorizan el papel de la prensa diaria, donde se polarizó la polémica autonomista y televisiva, y de una lectura dialogada con el entorno: El 37, 4 % de los zaragozanos consume cada día prensa aragonesa; de ellos el 60 % busca informarse y el 17,6 lo lee fuera de su casa (Ansó, 1992).

Puesto que lo discursivo sólo puede comprenderse en función de su situación de enunciación (7), los entrecruces de unos y otros discursos reenvían a las diferentes señales y marcas de esta interdiscursividad, así como a las relaciones sociales que aquellos compartieron una vez incluidos en procesos de comunicación. Lo medial adquiere ahí valor por su estrategia de complicidad con las audiencias (Verón, en Grandi, 1995: 89) que, mediante fórmulas discursivas de interpelación o incluso de coenunciación, permitió un efecto de sutura social en el que amplios sectores sociales se vieron y reconocieron como sujetos a partir de lo que representaban los medios. Además de enfatizar a lo largo de sus relatos el protagonismo social y las conductas populares (Heraldo: *La marcha moviliza a los aragoneses*, 19.4.92; *Las pugnas políticas no enfrían el calor popular ante el 23 A*, 22.4.93; El Periódico, *Aragón sale hoy a defender su futuro*, 23.4.93 [abre edición, foto jóvenes]), los medios usaron la noticiabilidad de lo aragonés para profundizar en la identidad colectiva (23.4.93: Heraldo, *Así somos* [suplemento especial]; El Periódico, *El Ebro* [visto por escolares]). Estas estrategias enunciativas acercan el sistema medial aragonés a las funciones integradoras y socializantes que Larsen (1993: 155) atribuye a los medios para equipararlos a los narradores orales tradicionales.

Pero, igual que revela algunos aspectos de cómo la masificación actuó sobre las audiencias y la sociedad, ese tipo de mediación discursiva avisa también de las relaciones discursivas y sociales que establecieron los medios y las instituciones públicas aragonesas, de forma especial el Gobierno de Aragón. Pasada la segunda manifestación de Zaragoza, Diario 16 Aragón puso en circulación como promoción un coleccionable sobre el proceso autonómico aragonés. Bajo el título *Historia informativa de una apuesta por la plena autonomía* atribuía al Presidente de la Comunidad haber lanzado "el reto de que los aragoneses tenían que salir a la calle a reclamar la plena autonomía" (D-16, 26.4.93). Demostrando hasta qué punto los silencios significan, el relator no añadía que el Gobierno de Aragón

había patrocinado con quince millones de pesetas ese coleccionable. La importancia del Gobierno autónomo como cliente publicitario de los medios aragoneses, en especial de los que tenían menor cuota de mercado o todavía estaban en fase de lanzamiento, añade matices a la complementariedad discursiva que mantuvieron los medios con la Diputación General de Aragón durante todo el proceso autonomista. Esa colaboración institucional sugiere también que, como había predicho Larsen (1993: 155) en su análisis del western, los medios vehicularon un conjunto de valores coincidentes con el bloque social dominante:

*Triviño, el alcalde de Aragón* (Haldo 24.4.92. titular a toda pg); *los zaragozanos arroparon y vitorearon en todo momento al responsable municipal* (en sumario; fotografía de Eiroa y Triviño contestando a los aplausos en la manifestación). *A Marco le fallaron los cálculos y fue el gran perdedor* (titular, a 3 cols por abajo). *Nuestro presidente, de moda* (Diario 16, 25.4.92); *Marco, expedientado por el pueblo aragonés* (Bolea, J. D-16, 27.4.92).

"A Eiroa se le consideró un presidente de transición y la sombra de Hipólito Gómez de las Rocas. Ayer Eiroa se hizo la foto por la que ha suspirado Hipólito durante toda su carrera política, la de un líder encabezando una manifestación de 100.000 aragoneses", (Domínguez, *El liderazgo de Eiroa y Triviño*, El Periódico, 24.4.92).

"El Presidente Emilio Eiroa afrontó los mayores riesgos al convocar, solo, muy solo entonces, la manifestación del 23 A. Y si esto es así [...] lógico y justo es que reciba ahora los mayores beneficios políticos" (Green, M. *El tesón dio sus frutos*. Diario 16, 27.4.92).

La manufactura discursiva de los medios reenvía a su necesidad de legitimarse ante la sociedad, pero más aún a sus estrategias sociales y a la materialidad de su poder institucional (Mattelart, 1993; Schíller, 1996). Cuando defendieron la reivindicación aragonesa los medios fueron, en ocasiones, más lejos que el propio discurso gubernamental en su papel de vanguardia identitaria y de protectores de los intereses colectivos (3.1.1). Esa mutación de los medios sugiere nuevas lógicas mercantiles, en concreto la fidelización de audiencias que les podía reportar un posicionamiento acorde con las expectativas sociales. Pero, si se atiende a los topic o a las ideas a través de las que se tematizó la reivindicación, su vaguedad conceptual adquiere valor político ya que, por un lado, facilitó el apoyo social a la reivindicación (8) y, por otro, no puso en cuestión las relaciones sociales de poder. La ligazón de la autonomía plena con la dignificación de lo aragonés (4.1.1) o el desarrollo territorial (4.1.1.4) y su formalización discursiva mediante generalidades rutilantes (3.2) eludían posibles contradicciones entre grupos sociales y concentraba el conflicto de intereses en el centralismo político. Ese esquematismo, compartido por los medios y los impulsores de la movilización, contribuyó a que las principales instituciones y organizaciones respaldaran la demanda autonómica e, incluso,



conformaran en el sentido gramsciano un bloque social alternativo (9) a la dominación política que representaba el PSOE.

Un estudio cualitativo (10) realizado semanas después de la primera manifestación autonomista puso de manifiesto que para doce líderes aragoneses de opinión "el Gobierno es la *pieza clave* en la Autonomía, aunque se reconoce que su capacidad de gestión es limitada" (Malo de Molina, 1992b); tras aplicar un test proyectivo que trasladaba la matriz familiar a las instituciones públicas, el 75 % de esta muestra vio al Gobierno autónomo como el padre, mientras que el 25 % atribuyó ese papel al Gobierno Central: el analista concluyó por ello que se reconocía a aquel "un papel de liderazgo, de dirección, de sustento y apoyo al resto de las instituciones", mientras que este "no es un líder, queda en una situación de dependencia -pensamos que es una muestra de deseo- de las instituciones autonómicas" (Ibid). Como en el discurso lo real no es más que un significado que se refugia tras la apariencia omnipotente del referente (Barthes, 1970), estas interpretaciones reenvían tanto a la hipotética posición de los grupos sociales aragoneses dominantes como a los intereses de quienes realizaron el estudio o lo encargaron. En cualquier caso, la relación entre el signo y lo real pierde aquí pertinencia en favor de los dispositivos mediante los que se fabricó discursivamente lo social (Barthes, 1988). Y, en este caso, sugiere que, a la manera apuntada por los Estudios Culturales (Grandi, 1995), se usó el marketing como instrumento para controlar la interdiscursividad y la recepción.

Por encima de otras estrategias retóricas, los diferentes discursos pusieron en circulación el mito del consenso social, uno de los cinco que, en opinión de Schíller (1974), facilitan la conformidad y el control de las conciencias. En las semanas previas a las dos manifestaciones la polémica política y medial se concentró en el carácter festivo o reivindicativo, lo que motivó en los dos casos que los impulsores de las movilizaciones, y en particular el Presidente de la Comunidad, enfatizara que las convocatorias no iban contra nadie, sino únicamente a favor de Aragón. Este *topic* se trasladó también a los medios informativos, quienes llegaron a reclamar el apoyo popular a los intereses colectivos como una forma de respuesta a la división entre los partidos. Cumpliendo la predicción de Gramsci (en Grandi, 1995: 121), la estrategia del consenso partió, pues, de las instituciones que crean y difunden las estructuras cognitivas a través de las que percibimos e interpretamos la realidad social. Esa lógica facilitó la mitificación de lo popular y enmascaró la crisis económica o los intereses clasistas que podían estar detrás de las políticas de desarrollo y competitividad territorial, lo que avisa de que, siguiendo a Hosbbawm (1991: 187), lo comunitario abrigó intereses de grupos minoritarios o que, al menos, no afectaban a todos por igual.

Al ligar la reivindicación con los intereses colectivos, unos y otros discursos naturalizaron la idea de que la única forma de ser aragonés era apoyar esa demanda. Por tanto, obviaron las diferencias de clase e, incluso, las simpatías políticas. Aunque la burguesía no sea la única clase que se puede

apropiar el nacionalismo ni este pueda explicarse siempre desde intereses de clase (Llobera, 1996: 169), la crisis económica o el temor a la pérdida de competitividad frente a otros territorios sugiere que, además de defender sus posiciones, ese discurso aragonés de los sectores empresariales, políticos y mediales posibilitaba la adhesión de los trabajadores. Sobre todo, porque ante el deterioro económico permitía echar la culpa del fracaso y la debilidad a los enemigos de fuera y a los traidores de dentro, estrategia cuya eficacia ya han demostrado otras experiencias nacionalistas de este siglo (Hobsbawm, 1991: 153). Bajo esa lógica, la relevancia concedida a una Mesa social, formada por los partidos y organizaciones sociales que lo deseaban, para que organizara las manifestaciones avisan de que la estrategia del consenso devino en ideología que, por un lado, ocultó la complejidad de intereses que se movían alrededor de la movilización y, por otro, ofreció todo un sistema de valores y reglas que, tal como sugiere Fabbri (en Grandi, 1995: 75), modeló los contenidos:

"he procurado cumplir, por encima de voluntades particulares, la función institucional y de defensa de los intereses de Aragón que represento" (Eiroa, E. Discurso San Jorge, 1993: 2).

"Son herederos de un Aragón que en el último siglo ha sufrido una fuerte sangría migratoria, pero están dispuestos a no dejarse avasallar en un mundo cada vez más competitivo" (Heraldo, *Las gentes de esta tierra*. Suplemento S.Jorge, 23.4.93. Entradilla)

"Al constatar el comportamiento ejemplar del pueblo aragonés en las calles de Zaragoza: ¡Dios que buen vasallo si tuviese un buen señor en Madrid!" (Liso, M.A. *¡Qué buen vasallo si tuviese un buen señor!*, El Periódico. 25.4.93).

La pluralidad de discursos que construyó este acontecer social dejó este texto en condiciones de ser reconocido socialmente porque compartían, en unos casos, un mismo código lingüístico y, en otros, un sistema cultural de significación (Velázquez, 1992). De hecho, al construir un significado global mediante el entrecruce de diversos discursos sociales e, incluso, de actividades y conductas sociales no lingüísticas, los procesos sociales y los hechos ligados, primero, a la reivindicación autonomista y, luego, al convenio televisivo conformaron un texto sincrético (3.1). Como recuerda Grandi (1995: 227), este tipo de textos incluye lenguajes muy distintos, verbales y no verbales, e, incluso, formas no lingüísticas, como las actividades sociales. Dando por supuesto que el texto es una construcción que "depende, en definitiva, de un modo de mirar" (Ibid, 197), la textualidad de este acontecer presupone que los diversos sectores sociales leyeron las conductas y los acontecimientos de los diversos actores como expresión de una continuidad lógica (3.1) y, por tanto, de la coherencia semántica y cohesión discursiva que se atribuye a los textos (Hernández, 1996; Schmidt, 1978).

Esta exigencia del texto obliga a seguir los procesos de sincretización o, en palabras de Grandi (1995: 209), los modos en que un elemento de la enunciación o de producción del texto unifica lenguajes

tan heterogéneos en un único proyecto de significación. Esa función cumplieron el lenguaje emocional simbólico y espectacular que impusieron los medios, el dominio del espacio público mediatizado o la misma retórica del consenso. Todos ellos trabaron la diversidad enunciativa tanto o más que el contrato enunciacional que aceptaron emisores y receptores o el papel de comunidades interpretativas que compartieron: La forma en que gran parte de la sociedad vivió aquel proceso social sugiere que, aún dentro de la democracia semiótica que permite el carácter abierto de cada texto, los usuarios dotaron de sentido las propuestas textuales a partir de una serie de códigos culturales que tienen mucho que ver con el conjunto de valores y creencias dominantes en la conversación comunitaria. Si trasladamos a este acontecer social aragonés la lectura de las subculturas como textos que ha llevado a cabo el CCCS de Birmingham, esos usos de los signos se revelan expresión de la subcultura territorial que en los dos últimos siglos ha regionalizado lo aragonés como parte de lo español y lo estatal.

Sunkel anota que los Mass crean "representaciones simbólicas a partir de dos matrices culturales: la racional iluminista y la simbólico-dramática" (en Martín Barbero, 1993). La apuesta que el sistema medial aragonés hizo por la melodramatización de lo real avisa de que en este proceso dominó claramente la segunda. De hecho, esa narratividad dominó también el discurso político o algunos de los que emergieron desde la cotidianidad social. Como lógica transdiscursiva, esa forma social de ver y contar impuso la mitificación de algunos acontecimientos y de los principales actantes, en unos casos para recibir tratamiento de héroes y en otros de agresores (3.1; 3.2.1). Pero, sobre todo, llenó los principales discursos que construyeron la movilización aragonesa de valores antropológicos próximos a los que Greimas (1971; 1976) denomina de tipo mítico, porque buscaron transformar lo social sobre la base del deseo. En 1993 Mesa de Partidos eligió el Ebro y el Pilar como símbolos de la reivindicación (*El Pilar y el Ebro serán los ejes más emblemáticos del 23A*, El Periódico, 27.3.93), para lo que decidió un itinerario de la manifestación autonomista que culminara junto al río y la basílica (4.2.; 4.2.1.1). Por ese camino se puso en valor todo el universo semántico de estos dos soportes nucleares de la identidad aragonesa: visto como un intento aragonés de resemantizar lo que ha sido socialmente construido como expresión de lo español, esta decisión recuerda que se usaron las tácticas que De Certeau (en Grandi, 1995: 231) atribuye a los dominados cuando combaten a la hegemonía en su terreno y que para eso se recurrió a la parte más mítica del imaginario social:

En todos los items del sondeo las opiniones negativas sobre el PSOE superan las positivas: No hará nada a favor de la Autonomía Plena (48 %), ni defenderá los intereses aragoneses ante el Gobierno Central (38.9 %) o las inversiones estatales (42.7); no resolverá la crisis económica (37.1) ni la corrupción (37.4); El PP da cifras similares en temas aragoneses y algo más favorables en los estatales, lo que "indica una fuerte desconfianza en ambos partidos [...] incluso en el tema de la corrupción" (Ansó, 1993b).

*Eiroa inicia la 'batalla' contra el 'acoso' del Gobierno Central* (El Periódico, 15.1.93 [abre sección de Aragón]).

"Borrell confunde el Ebro con la vaca de Venancio" (Bolea, J.A. El Periódico, 16.1.93).

"Mi familia, que cree que la autonomía se basa en los certámenes de jota (y quizá no le falte razón), cogió el coche y se fue a la playa" (Gistáin, M. *Aragón, tú y yo, ahhh*. El Periódico, 25.4.93).

*Eiroa cree compatible el carácter lúdico y reivindicativo del 23A* (El Periódico, 18.2.93).

*La guerra de pancartas caldea el 23A* [a página]; *Pétalos de una flor con 'Colores en alza'* (Heraldo, 2.4.93).

*El entusiasmo se adueñó de la marcha* (El Periódico, 24.4.93); *Un torrente imparable* (Heraldo, 24.4.93 [editorial]); *El rodillo del pueblo aragonés* (Diario 16, 23.4.93 [edit]).

Como lo español domina la mayoría de los espacios públicos, sobre todo los ligados a las instituciones democráticas o a las esferas económicas y mediáticas del poder, esta manera de buscar espacios propios adquiere un sentido político. Más aún, porque se trataba de reutilizar políticamente espacios como el folklore o el costumbrismo que el estado nación despolitizó. En este caso, también se revela central la importancia que lo aragonés logró en el espacio público mediatizado, la socialidad dominante en la reivindicación. A lo largo de ese proceso lo aragonés ocupó espacios sociales e institucionales reservados de forma cotidiana a lo español. Pero, sobre todo, una parte de este acontecer social, como las polémicas y las negociaciones políticas o las manifestaciones populares, existieron sólo a través de los medios o fueron puestas en marcha pensando en sus efectos como representación medial. Queda así claro que se activaron los acontecimientos mediáticos, tal como definieron estos Dayan y Katz (1981, 1988), y en general que este acontecer se alejó del espacio público burgués, en el sentido que le da Habermas (11): en lugar de la participación activa de los ciudadanos en los procesos políticos o de un debate crítico y reflexivo, estos discursos y el espacio público mediatizado propiciaron conductas propias de la democracia demoscópica.

Barthes (1970: 49) enfatizó que la historia constituye un discurso y, por tanto, tiene un carácter constructivo y de representación. Genette (1970: 196) también anotó que cualquier tipo de relato, entre ellos el histórico, no existe a nivel de los acontecimientos mismos, sino en la medida es que evoca una cierta realidad por medio de un lenguaje y tal como ha sido percibida por alguien. El hecho de que sin 'relato' no haya hechos da relevancia al proceso de manufactura en el que se construye ese efecto de realidad (Baxendale, 1994) o realidad de segunda mano (Velázquez, 1992) que producen los discursos. Por encima del carácter descriptivo, narrativo, expositivo, argumentativo o prescriptivo del texto, la elección de este tipo de espacio público se revela como una estrategia discursiva que determinó la socialización de los signos y el sentido. El protagonismo del Tribunal Superior de Justicia de Aragón en el convenio televisivo (12), el uso de los sondeos como

guía de las instituciones para producir realidad (13), la dramatización y espectacularización discursiva de lo real denotan que el debate o la función crítica de los medios dejó paso al espectáculo, al marketing y a la mercancía. Se acercaron, pues, al espacio público mediatizado tal como lo define Dahlgren (1996: 246) o a la democracia demoscópica dominada por la tiranía de la opinión pública, según Minc (1995: 25); en términos de Baudrillard (1974), esta socialidad de los discursos esboza una forma de entender lo masivo y lo social que está dominada por la seducción y aniquila lo real.

Al indagar en la doble cara de Hermes, Durhan Peters y Rothenbuler (1996: 44) constatan que, como dios de la comunicación, construye lo social, pero, al mismo tiempo, se convierte en un mentiroso, un ilusionista o un inventor. Como cualquier discurso es en sí mismo una acción, esa ambivalencia de la comunicación y del signo remite, sobre todo, a quienes protagonizan esa producción y en qué condiciones. De esa forma, se acepte el poder del texto o el carácter productivo del consumo, la lucha que se desarrolló en el interior de la significación reenvía a los actores sociales que dominaron la discursividad social y a las relaciones que, en la línea apuntada por la pragmática (14), los diferentes sectores sociales mantuvieron con los discursos y los signos. Al aprovechar el día de la Comunidad en la Expo 92 para llevar a ese foro la demanda de autonomía plena o al saludar a los manifestantes con un vía crucis irónico, el aragonismo moderado instrumentalizó el Gobierno de Aragón o el Rolde Choben, su organización juvenil, para afirmar su liderazgo en la reivindicación y unir su ideario con el de la comunidad. Al usar la connotación y el espectáculo, siguió la retórica de lo masivo, algo que también hicieron muchos de los participantes con sus pancartas:

"sabemos que los aragoneses van a demostrar de nuevo su confianza en el futuro, su profundo amor a su tierra" (Eiroa, San Jorge, 93).

"Es necesario que todos los aragoneses salgamos a la calle para defender nuestros derechos, somos aragoneses y tenemos que tener los mismos derechos que el resto de autonomías" (Javier, Radio Zaragoza, 23.4.93 [directo desde la manifestación]).

"Hace muchos que empezamos y éramos catorce y el de la guitarra. Y que, ahora, de pronto, haya miles de personas reclamando esto, me parece muy bien" (Labordeta, J.A. 23.4.93. Radio Zaragoza, Hora 14 [informativo]).

"Creo que tenemos más méritos que nadie para ser considerados mayores de edad absolutos, para ser los grandes defensores [...] de todos los derechos que se puedan querer en un pueblo" (Gastón, Emilio. El Periódico, 26.4.93).

"A la una y media de la tarde, en torno a cien mil personas, llenaban ya la plaza del Pilar y sus alrededores, convertida en una alfombra multicolor en la que destacaban los colores rojo y amarillo [...]" (Martín, S. *El pueblo respondió de nuevo*. Heraldo, 24.4.93).

A diferencia de lo denotado, la significación del símbolo reenvía al interpretante y su grado de implicación (Bada,1995: 68). Su preeminencia en este texto revela cómo se interpeló a los sujetos y la fuerza de lo argumentativo. Pero, si se le añade la centralidad del espectáculo, una forma de representación que, según Dahlgren (1966: 255), recuerda la época medieval, sugiere además que este texto del acontecer aragonés se inserta en la cultura popular. Si seguimos a Fiske (1989), los textos, entre ellos los mediales, se pueden considerar populares en la medida que sus significados sean socialmente relevantes y circulen en el ámbito de la vida cotidiana. Sin embargo, al concebirla como la creatividad del débil, Fiske lee la cultura popular como un modo de hacer contrapuesto al de la cultura industrial, por lo que condiciona el reconocimiento de textos populares a que se sitúen fuera del control de la dominación y que entren en contradicción con ella. El apoyo social a las manifestaciones y el realineamiento electoral que produjo confirman, por un lado, que los sujetos reconocieron a este acontecer un interés comunitario y, por otro, que se acabó trasladando a su cotidianidad social. Incluso, partiendo del contenido de sus ideas fuerza y de pulso político lanzado a la centralización política, este texto se inserta en la cultura popular porque cuestionó el poder de lo español y de lo estatal en su relación con lo aragonés regionalizado.

La cultura popular abunda en formas simbólicas, como los mitos o los ritos. Si eso explica el uso del Ebro o el Pilar en la movilización(15), también aclara la simbolización a que fueron sometidas las ideas autonomía plena y defensa del agua. Como destaca Bada (1995: 68) desde posiciones antropológicas, "los signos son medios de comunicación y los símbolos, de comunión". En este caso ayudaron a articular la conformidad social: como avisa Giner (1994), una movilización nacionalista necesita de ritos cívicos; por eso, la simbolización adquiere aquí un valor político identitario. Más aún porque generaron abundante intertextualidad cultural, tal como acostumbra los textos populares: la manifestación de 1993 reprodujo el itinerario de la Ofrenda de flores (16) y, además, compartió el carácter de acto convocado dentro de una festividad religiosa, la fiesta de San Jorge. Por ese camino reenvió a espacios festivos en los que los aragoneses se viven como comunidad. De hecho, los participantes recurrieron a la simbolización de gestos, vestidos y conductas que enumera Beltrán (1995: 29-30), al relatar la Ofrenda de flores de 1994 y hacer notar que en ella los trajes "pierden su sentido como indumentaria en favor de lo que se intenta demostrar a uno mismo y a los demás".

Los símbolos unieron, pero también demostraron que, en la línea apuntada por Williamson (1978), la connotación y de los símbolos tienen una fuerte capacidad para oscurecer el sentido y enmascarar lo real. Tal como detalla Wells (1994), lo connotativo muta los objetos naturales porque los traslada a los sistemas culturales y desde allí los dota de un nuevo sentido ambiguo, sugestivo y afectivo. Las ideas de *trasvases no* y *autonomía plena* se discursivizaron (3.2.1) de manera que sus significados oscurecieron realidades sociales como el desempleo y los intereses contrapuestos de quienes impulsaban la reivindicación o se oponían a ella o del llano y la montaña. Pese a coincidir con la crisis

económica, la forma las instituciones, los partidos y los medios enunciaron la reivindicación hasta convertirla en *issue* del debate social posibilitó que, un año después de iniciada la movilización, los zaragozanos, los aragoneses de 30 a 44 años, los asalariados, los de status social alto y los estudiantes consideraran la falta de autonomía como su segundo o tercer problema más importante (17); o, incluso, que lo percibieran como su primera prioridad el 10,3 % de los simpatizantes del PAR y el 56 % de la CHA (Ansó, 1993b). Barthes y Althusser anotaron que "las personas no tienen ideologías, sino que las viven", sobre todo "mediante su participación en el mundo de los signos culturales" (en Beezer, 1994: 119). Esta forma de apropiarse lo social demuestra que parte de la sociedad aragonesa vivió la movilización como "fragmentos" (Wells, 1994: 192) de un pensamiento ideológico que ya existía y que se actualizó.

Schiller (1974) señala que la manipulación necesita contar con una falsa realidad que aparece a los ojos de los manipulados como la única realidad posible. Además de que reenvía a algunos aspectos de la lectura marxiana de la ideología (18), esta lectura del manipuleo liga la ideología a los discursos sociales. Dialoga así con el paradigma postmoderno que, partiendo preferentemente de Althusser o Gramsci, asume que lo ideológico opera en otra topología distinta a la económica, en concreto que también se organiza como material ideológico-significante (Bajtin y Medvedev, 1994), como lenguaje (Hall, 1998). Ese lado discursivo de la ideología sólo existe a través de los sujetos sociales que la viven, por tanto presupone que su sistema de significación expresa sus relaciones imaginarias con lo real. Por eso, está lejos de operar como superestructura conceptual que se impone a los grupos sociales. Adquiere más bien la forma de prácticas sociales que, por un lado, construyen lo social y no sólo lo reflejan y, por otro, generan relaciones sociales que se revisten de discurso (Cohn, 1974b: 36-7). De esa forma, la ideología traslada el combate social, sus contradicciones, al "interior de la significación" (Hebdige, en Grandi, 1995: 166). Para ello actúa como super e infraestructura involucrándonos en ideas que apoyan o subvierten la propia base económica de la sociedad (Wells, 1994: 187) y lo hace de forma intencionada (Carontini y Peraya, 1979: 99). Según Gramsci (1997), expresa menos la dominación que la lucha por la hegemonía, de la que acaba siendo una de sus estrategias.

Leyendo los diferentes sondeos de opinión o el apoyo social a las manifestaciones de 1992 y 1993 como relatos sociales de lo real, se infiere que, a la manera esbozada por Anderson (1983), los aragoneses se imaginaron como comunidad a través de esos discursos. La discursivización de la autonomía plena, el agua y la televisión confirma así la hipótesis culturalista de que las movilizaciones identitarias o la construcción nacional constituyen experiencias comunitarias ligadas necesariamente a procesos simbólicos (Smith, 1997; Hobsbawm, 1991). Y, por tanto, confirma, en palabras de Bada (1995: 99), que "el universo simbólico es el que pone cada cosa en su sitio, confiere identidad al individuo y al grupo, capacita para seguir viviendo y salva del caos y la anomía". Sin despreciar el componente económico de este conflicto identitario, como prueba su simultaneidad temporal con una

crisis económica y la presencia de un cierto colonialismo interior, esta forma de producir identidad mediante los discursos y la comunicación social confirma que la identidad y la dominación se jugaron en el intercambio simbólico, en las prácticas significantes. Si se atiende a los espacios sociales donde nació y creció esta vivencia identitaria o a cómo se implantaron las nuevas creencias, se intuye que la ideología y la lucha por la hegemonía ocurrió en la comunicación pública, sobre todo en lo masivo:

Meses después de iniciada la movilización, los sectores sociales más bajos y los municipios con menos de dos mil habitantes [segmentos sociales y espacios donde decae la influencia de los medios escritos] apenas consideraban el escaso grado de autonomía como un problema; en cambio, el status social medio alto y urbano superaba la media (Ansó, 1993a: 24).

"El Secretario General de los socialistas aragoneses [...] no desperdició ayer la oportunidad de hablar sobre [...] el bajo índice de popularidad que le atribuye la encuesta del CIS. El líder del PSOE criticó con dureza a los partidos mayoritarios: 'Hay mucho paro y mucha frustración tratando de hablar de otros temas para distraer' (Diario, 16. *Marco pone en duda la encuesta del CIS*. 31.3.93).

" Muy sencillo, declarar que somos aragoneses y que pintamos algo; Por apoyar a Aragón y para ver si de una vez conseguimos algo; Porque hay que reivindicar lo que otros tienen y nosotros no [...]" (Radio Nacional de España, 23.4.93 [crónica en directo. Preguntas a participantes por qué apoyan la manifestación].

Este tipo de encuentro de los sujetos con el texto autonomista obliga a volver la vista sobre todo hacia el papel ideológico de los medios de comunicación como productores de identidad y agentes de dominación social. Esa lectura actualiza la desconfianza hacia lo medial de la tradición crítica europea o del pensamiento radical norteamericano: Para Pratkanis y Aranson (1994: 80), al excluir toda experiencia directa sobre lo real, influyen en lo que hombres y mujeres dicen o hacen, pintando un mundo imaginario que se traslada a nuestras cabezas como imagen de lo real, pese a que representan de forma "totalmente errónea" la realidad; según Schíller (1974), los medios devienen en uno de los recursos que las clases dominantes usan para intentar que las masas apoyen un sistema social que no sirve a los intereses de la mayoría. En este caso, el protagonismo alcanzado por las instituciones autonómicas y los medios de comunicación dialoga con el proceso de ingeniería social que supone cualquier tipo de movilización nacionalista y obliga a cuestionarse quién se supeditó a quién. Según Perceval (1996: 24), la transcendencia histórica de la realidad "es nula sin el narrador" y, por tanto, "lo importante de la historia es el relato que los hombres [...] van haciendo de los acontecimientos históricos, fijando imágenes, olvidando otras y acumulando una experiencia relativa". En ese horizonte, cómo las instituciones y los partidos aceptaron la tematización medial de la



movilización o la fijación de roles actanciales que llevaron a cabo, se infiere que aceptaron jugar en el espacio masivo y, por tanto, que se supeditaron a él.

Por más que las audiencias piensen por sí mismas (Curran, 1998), el deterioro de la imagen corporativa del Gobierno Central o del PSOE y de quienes representaban a ambos en Aragón (19) reenvía también a esa narratividad mediática del acontecer. Martín Serrano (1996: 38), lee los medios como "una de las actividades enculturadoras que intervienen en la socialización de sus gentes" mediante la interpretación del entorno y de lo que en él acontece. En este caso, mientras las instituciones y los partidos mantuvieron un control sobre sus valoraciones, la enunciación puesta en circulación por los medios vehicularon sistemas de creencias colectivamente compartidas y orientadas hacia la integración valorativa de la sociedad (Carontini y Peraya, 1979: 99) y, de esa forma, se impusieron socialmente, aún a costa de formular real desde la desfiguración y la mixtificación (3.2): la conversión en héroes de quienes impulsaron la reivindicación y la demonización de los que se opusieron a ella reenvía al abuso que hicieron los medios del melodrama y del mito o a la frecuencia con que confundieron los formatos informativos con los de opinión. De ahí que, como intento de nacionalizar lo aragonés desde los discursos, este papel de los medios como vanguardia identitaria denota el carácter supuestamente burgués de la movilización.

Como señala Tortosa (1996: 69), ni siquiera las naciones de diseño se puedan formar desde la nada. En este caso, la sociedad aragonesa acumula un importante patrimonio cultural, en el que ni siquiera falta el sentimiento de agravio y menosprecio secular. De ahí que, aunque sea evidente el carácter constructivo de la movilización, tampoco deba despreciarse la aportación que esa memoria social hizo al proceso de comprensión y consumo favorable a la reivindicación, cumpliendo la predicción de Van Dijk (1997: 290). De hecho, el mismo contexto de comunicación, la cotidianidad que compartían los aragoneses, facilitó también unas determinadas lecturas preferidas por parte de las audiencias, a la manera que especifica Hall (1998). Así se infiere del proceso de apoyo creciente a la autonomía plena, primero en la ciudad de Zaragoza y a lo largo de todo el territorio autónomo, o de la favorable percepción social que disfrutaron los impulsores de la reivindicación: los aragoneses veían al PSOE como el partido más fuerte y democrático, pero señalaban al PAR como el mejor defensor de los intereses colectivos y el más capacitado para resolver los problemas de Aragón (Ansó, 1993a). Ese dato prueba la desconfianza hacia quienes representaban lo estatal, pero también su prestigio y el papel defensivo que daban a lo aragonés. En ese contexto la demonización del centralismo, la exaltación identitaria o esa definición del interés colectivo sugiere que se intentó naturalizar las cosas y volverlas inocentes mitificándolas, pero que en ese camino se falsearon las preguntas o deformaron las respuestas, aún a costa de disfrazar ambas de ilusión:

*Una oportunidad histórica* (Grao, Roberto. Diario 16. 23.4.9 [Cartas al director]; *"Madrid no puede hacer oídos sordos"*, *"Esto ya no hay quien lo pare"* (Heraldo, 24.4.92 [a pg]). Paloma Sanz: *"Estamos unidos por la independencia"*, Pedro Lobera: *"Aquí está el pueblo, sin insignias políticas"*, Miguel Jiménez: *"Con la autonomía se gestionará mejor"* (El Periódico, 24.4.93 [sondeo calle, a col]).

"Ojalá esta moción no fuera simplemente un mero trámite [...] Si sirviera para poner término al desgobierno que padece nuestra comunidad y para desbloquear la autonomía podríamos darnos por contentos. Porque Aragón ya no está para muchas bromas" (Heraldo. [editorial] *Un desafío de ida y vuelta*, 15.9.93).

Como parte de la estrategia que hizo posible la adhesión y la conformidad social, este tipo de estrategia discursiva expresó relaciones de poder. De hecho, los medios se afirmaron frente al discurso político mediante la asignación de importancia a las diversas noticias, la selección de las fuentes o la forma de transcribir estas. También la conversión de la autonomía plena, del agua o de la televisión en ideologías reenvían a la colaboración institucional entre los sistemas político y medial: la complementariedad de ambos actores sociales hizo posible la construcción de las isotopías o de esos supertemas que, en opinión de los receptores (Jensen, 1993: 175), atravesaron el texto dotándolo de coherencia pese a las diferentes tensiones semióticas. Esa formación de macroestructuras semánticas desde los discursos afirmó el liderazgo de algunas instituciones, sobre todo el Gobierno autónomo, el Justicia y la Mesa de Partidos; pero reforzó más aún la centralidad de los medios, porque esas ideas necesitaron operar en la masificación, ya fuera en los titulares, sumarios o ladillos, ya fuera en los anuncios publicitarios o en los carteles de comunicación institucional, para pasar a la conversación social. Los mismos impulsores de la movilización han reconocido que la adhesión social a la *autonomía plena* o a la idea de *trasvases* no sólo fue posible por el apoyo unánime de los medios. Y las encuestas sugieren que la reivindicación se homogeneizó social y territorialmente después de que las noticias tematizaran esta realidad durante meses (Ansó, 1993a/b).

Como hace constar Van Dijk (1997: 288), la base cognitiva de los discursos depende en gran medida de los receptores, porque estos, siguiendo "sus propias metas, perspectivas y opiniones", pueden asignar a un texto una macroestructura diferente a la asignada en la codificación. De hecho, tras la moción de censura, el Gobierno de Aragón, Justiciazo, los partidos políticos y los medios volvieron a impulsar el 23.4.94 otra manifestación autonomista, pero esta apenas reunió a diez mil aragoneses, la décima parte que en las convocatorias anteriores. Este ejemplo de negociación del sentido confirma que ni siquiera los medios quedaron libres de ser resemantizados por las audiencias. Una democracia semiótica (20) similar explica que en marzo de 1994 el setenta y ocho por cien de los aragoneses considerara injustificada la moción de censura (Ansó, 1994), pese a que los medios y el tejido institucional la habían validado con sus estrategias discursivas. En esa lógica cabe inferir que el papel

jugado los medios que se consideraron perjudicados por el convenio televisivo afectó a su credibilidad como enunciadores y empresas: Un oyente del programa Estudio de Guardia preguntó sobre el dinero cobrado por el diputado tráfuga o denostó el papel jugado por esa emisora y Heraldo (16.9.93); mientras, este diario encuestaba a trece líderes de opinión para reforzar su posición empresarial (21).

Esta forma de vivir aquel acontecer prueba que la codificación está lejos de determinar un efecto de sentido o que los signos no poseen un sentido intrínseco, sino que este sólo se produce, como dice Hall (en Grandi, 1995: 129), en la contingencia de las distintas actividades interpretativas. Incluso esta simultaneidad de lecturas contrapuestas de lo social noticioso, extensible a la vivencia política de quienes impulsaron o padecieron la moción, ratifica que los discursos devienen en espacios sociales donde se confrontan intereses. Por tanto, esa lucha por el sentido desmonta el poder omnímodo de la hegemonía para reproducirse y reforzarse (Adorno, 1969; Althusser, 1974); también va más allá de los dispositivos de resistencia y oposición a la dominación (Fiske, 1989). Al no haber información sin un punto de vista que la construya, esas estrategias con que se semiótica la realidad a través de los discursos, ya sea desde la primacía del texto o en el encuentro del receptor con el texto, expresan las contradicciones o el espesor semiótico a través de las cuales se ponen en juego relaciones sociales de poder. En la polémica audiovisual el discurso noticioso de El Periódico y Antena 3 TV, empresas entonces ligadas por su pertenencia al Grupo Zeta, enfatizó los beneficios colectivos del acuerdo audiovisual, de la misma forma que Heraldo de Aragón, Radio Zaragoza, Diario 16 y ABC lo demonizaban. Entre esa confrontación de discursos las audiencias construyeron un sentido que, según las encuestas (Ansó, 1994), no quebró el apoyo social a una televisión aragonesa:

"¿Sabe usted que convenios como el que usted ayer pidió anular, como el de Antena 3, los ha firmado la Diputación General muchas veces, entre ellos el Gobierno socialista? [...] pregunte a cualquier medio, incluido el que usted está pensando, si no es verdad que [...] han concertado o intentado concertar ayudas o programas de ese género" (Gómez de las Rocas, H. BOCA, 67: 2083);

"¿Tanta importancia tiene la TV de Aragón para que algunas instancias hayan iniciado una cruzada a degüello contra ella"? (Liso, M. A. *A degüello*. El Periódico. 11.7.93).

"La Bullonera acusaba de los males de nuestra tierra a la ambiciosa y mediocre caciquería que dominaba las estructuras sociales. Años después, los perros del hortelano, que ni comen ni dejan comer, siguen, aunque con nuevas caretas, para que nadie pueda llevarse un mísero bocado a la boca" (Labordeta, J.A. *Perros de hortelano*. El Periódico, 10.7.93).

Si se entiende la comunicación como un proceso de reenvío permanente, con varios niveles y contextos múltiples (3.2.2), que integra no ya dos o más variables, sino múltiples modos de comportamiento (Wolf, 1991), se disuelve la distinción tradicional entre comunicación de masas, pública e interpersonal. Como señala Grandi (1995: 285) en su análisis de la Teoría integrativa, el proceso productivo se dilata y llega a alcanzar no sólo al consumo mediático, sino también a cualquier tipo de conversación posterior que remita al sistema social de significado de ese texto. En esa perspectiva adquiere valor tanto la adhesión social a la demanda autonomista como las disonancias cognitivas y la pluralidad de respuestas sociales ante la polémica televisiva. Todo ello con independencia de que en ambos acontecimientos las instituciones públicas y los medios cumplieron la predicción de Schíller (1974) y vistieron de neutralidad lo que eran discursos saturados de valores (22). De ahí que esa probada capacidad de las audiencias aragonesas para pensar por sí mismas valide la tesis de Martín Barbero (1978: 178) de que, "más que en su organización industrial y sus contenidos ideológicos", la eficacia y el sentido social de los media debe buscarse "en el modo de apropiación y reconocimiento que de ellos hacen las masas populares". Y, teniendo en cuenta que en la percepción y el análisis que los receptores hacen de los discursos intervienen "toda su historia personal y todos sus valores" (Wolton, en Veiyrat-Masson y Dayan, 1997: 13), esta forma social de usar los textos institucionales o mediales se apoyó en los dispositivos de contextualización incluidos en los textos (Verón, 1976: 155), pero más aún en los entrecruces sociales y culturales que se activaron, como la situación política española, la crisis económica (23) y la compleja relación de lo aragonés con lo español o lo catalán y lo vasco.

De hecho, la determinación económica no sólo explica algunos de los contenidos de la reivindicación o de la apropiación que de esta hicieron las audiencias populares y algunos sectores sociales. También vierte luz sobre el comportamiento de los medios. Además de que tras las dudas creadas sobre la legalidad del acuerdo audiovisual y su moralidad (*El Justicia estudia posible vulneración de la Ley RTVA*, Heraldo, 7.7.93) latió el combate empresarial que los medios libraron entre sí, la tematización medial de todo este acontecer, especialmente el relacionado con la autonomía plena, denotó la mediación del mercado (4.1.1.3; 4.1.1.1). Aunque no fueron ventrílocuos de los pensamientos de las audiencias (Curran, 1998: 194), los medios convirtieron la movilización social o el convenio televisivo en un producto mediático que fidelizó o ganó audiencias. El tratamiento noticiero de este acontecer social, en concreto su dramatización o la preferencia por lo espectacular sobre lo informativo, reenvía también así al papel que, como parte de lo social, jugó lo económico dentro del signo. El hecho de que el sometimiento al mercado condicionara la función crítica medial confirma la naturaleza moderna del espacio público donde tuvieron lugar estos procesos de comunicación y la producción de sentido. Si atendemos a Fiske (1989), este tipo de texto matiza la indisciplina y rebeldía frente a la hegemonía y, por tanto, siembra dudas sobre su pertenencia a la cultura popular. Más aún, atendiendo a que esos intereses privados les llevaron a apoyar la autonomía plena y a propiciar

u oponerse a la moción de censura (21), esa conducta ambivalente convierte el protagonismo medial menos en un ejemplo de participación social que de la crisis democrática que atribuye Minc (1995) a la sociedad demoscópica (ver 4).

Schíller (1974) recuerda que la manipulación es innecesaria, si las masas no son conscientes de su alienación; en cambio, se convierte en prioritaria para las clases dominantes tan pronto como empieza esa toma de conciencia. De esa forma, como expresión de creencias y de intereses particulares, lo identidad devino en espacio de conflicto y contradicciones, tal como Gramsci (1977) adjudica a la ideología. Pero, si se tiene en cuenta todo aquello que ocultó sobre lo social (3.2.; 4.1), la discursivización de la identidad por parte de algunos grupos sociales y de las mismas audiencias no sólo cubrió el valor demiúrgico que algunos le reconocen (Bada, 1995; Lisón, 1993); validando la tesis de Touraine (1994), aquí fue usada por la dominación como máscara de la sumisión y la dependencia. De hecho, los mismos medios y organizaciones sociales que se apropiaron la movilización identitaria porque, tal como apunta Tortosa (1996) al hablar del discurso nacionalista, les reportaba beneficios o, al menos, atenuaba conflictos de clase, la quebraron cuando ese proyecto político contravino sus intereses (ver 4.2.2). El Justiciazgo, garante de los derechos y libertades de Aragón o del ordenamiento legal e institucional reconocido en el Estatuto de Autonomía (art. 33.1 de la L.O. 8/82, entonces vigente), simboliza de forma especial ese tipo de combate simbólico: Como portavoz no partidista de la reivindicación dio valor político a su discurso sobre la relación de España y Aragón; por ello, su sustitución se revela como la reacción discursiva de quienes personificaban la centralización política (4.2.1.1):

*El Justicia descalifica el Pacto Autonómico* (Heraldo, 8.4.92).

*El Justicia por la Autonomía Plena* (ABC, 8.4.92).

*Gastón: "Ya no es tiempo de quejas, de victimismo o de rabia"* (El Periódico, 24.4.93  
[extracto del manifiesto leído por el Justicia]).

*Cristóbal 'decapita' a Gastón por el 23 A* (El Periódico, 26.4.93).

### **3.1. Los límites del texto**

Este análisis discursivo de lo social deja de ver el signo como un proceso mental que se apoya en códigos convencionalizados para mirarlo en los usos que de ellos hacen los sujetos sociales (Jensen, 1993: 29). Desde esa lógica, cualquier materialidad está en disposición de generar sentido si algún interpretante le da algún significado (Eco, 1976, 1977). Pero, dando por supuesto que la significación deviene en ritual social y transmisión de contenidos que expresan una subjetividad y representan un contexto (Jensen, 1993: 29), esta concepción del lenguaje prima lo que la producción de sentido tiene

de proceso social (3; 3.2). Al transgredir la noción de sistema de signos saussuriano, lo semiótico aparece, a la manera que anota Kristeva (1974a), como una fuerza pre-edípica que rompe las rígidas clasificaciones y ordenaciones internas del lenguaje organizado. Al mismo tiempo, prima la capacidad del lenguaje para pensar el mundo y, por tanto, supera la visión representativa del signo. Este se convierte en instrumento de construcción social de la realidad (ver 3), lo que lo liga a la cultura y a la identidad de los sujetos que lo usan. En palabras de Bada (1995: 69), el símbolo incluye "el firmamento del mundo construido por los hombres y que condiciona a su vez a los hombres que lo habitan". Por ello vehicula y explicita las relaciones sociales y, dentro de ellas, opera como espacio de conflicto, de lucha por el poder, ya que en esa contienda simbólica "se ventila mucho más de lo que parece, en el fondo se trata siempre del sentido y la supervivencia de un pueblo o de una cultura" (Ibid, 69).

Trasladar esta visión de lo semiótico al texto (27), significante básico de la semiología (Kristeva, 1974a: 15), implica concebir lo textual como la materialización social del lenguaje y del sentido. Más que "soporte lógico formal" en el que, como dice Velázquez (1993: 43), se sitúan los elementos de construcción gramatical de cualquier discurso real o posible, el texto deviene así en una estructura del *habla* saussuriana (Gorny, 1970) y, como sólo es apreciable al nivel de la actuación, se define como productividad (Kristeva, 1974a: 15). Sería, en ese sentido, actividad comunicativa que presupone, en palabras de Schmidt (1978: 147), diversas interacciones sociales. Un texto no tiene existencia ni valor negativo o positivo "en tanto no sea interpretado por un individuo [...], antes de que ese individuo no le haya dado una significación" (Schroder, 1997: 114). Como ha dicho Talens, el texto es "el resultado de convertir las propuestas significantes o no, de un espacio textual dado en sentido concreto para un lector concreto en una situación concreta" (en Velázquez, 1992: 22). Cualquier materialidad de un lenguaje (Lotman, 1978: 71), o toda construcción cultural (Grandi, 1995: 197), puede operar como un texto, si responde a un sistema de signos establecidos por convención (Velázquez, 1992: 30) y es leído así por los sujetos: Como construcción semiótica, el texto depende, en definitiva de un modo de mirar (Grandi, 1995: 197) y hay, pues, "tantos textos como lecturas" (Talens en Velázquez, 1992: 22). Como proceso que "es siempre una lucha entre el oyente y el autor" (Lotman, 1978: 73), el texto es un espacio en blanco que se llena de sentido a través de la comunicación (Kristeva, 1978).

Por tanto, la naturaleza textual de este proceso social depende del carácter sistémico de los hechos (Gorny, 1978), de que estos significaran de forma convencionalizada (Velázquez, 1992) o de que se cumplieran los principios de delimitación estructural, coherencia y jerarquidad (Lotman, 1978); pero, sobre todo, de que las conductas y discursos de los sujetos sociales probaran que estos vivieron aquel acontecer como un texto. Por si el apoyo social a las manifestaciones no fuera muestra suficiente de ese tipo de apropiación de lo real, la exposición de motivos mediante la cual el Grupo

Parlamentario Socialista justificó la censura en las Cortes de Aragón integró de forma unitaria el devenir de esos dos años, con especial protagonismo para la movilización social y el convenio audiovisual (BOCA, 67: 2059); el Presidente censurado también destacó la relación lógica entre la movilización autonomista, los resultados electorales de 1993 y la moción de censura (Eiroa, 1995: 26). Los mismos medios discursivizaron la caída de ese Ejecutivo como el final de un camino, arguyendo en el caso de Heraldo la traición a la autonomía plena y dudas sobre la gestión, como el gasto de *21.000 millones improductivos*:

"el nacionalismo del PAR ha aumentado nuestro aislacionismo y la falta de peso político en España y en la Comunidad Europea. [...] fracaso en la cohesión social y política de la región, aumentando el grado de crispación política hasta el infinito; privatizando los servicios y funciones de la Diputación General de Aragón y, finalmente, pérdida de prestigio de nuestra Comunidad en el conjunto de España ante su carencia de credibilidad democrática" (Tejedor, R. BOCA, 67: 2059).

"[...] en los últimos tres meses apenas este Gobierno ha tenido oportunidad o necesidad de tomar ningún acuerdo de trascendencia que pueda justificar una moción de censura, con excepción de uno de ellos, el convenio, contrato, programa, o lo que ustedes quieran, con Antena 3 Televisión. ¿Este es el fondo de la moción de censura?" (Eiroa, E. BOCA, 67: 2086).

"[...] La autonomía plena y las movilizaciones en tal sentido se convirtieron en mera arma arrojadiza, como si caminar tras una bandera aragonesa eximiera de dar solución desde el Gobierno a los problemas, incluida la propia conquista de dicha autonomía de primera división" (Heraldo. *Le tomamos la palabra*. Editorial. 16.9.93).

Por su carácter de cierre secuencial, pero también por su lógica interna, la moción de censura dibuja la culminación de un proceso abierto con la firma del Pacto Autonómico: El hecho de que fuera vivido así socialmente refuerza su valor sistémico, la integración de los hechos en un plan global y la construcción de un sistema social semiotizado. Si atendemos al relato medial, una parte del sistema político remontó ese principio/final de este relato a las Elecciones Autonómicas de 1991: Unos días después de esos comicios el candidato socialista, J. Marco, predijo que sería Presidente apoyándose en votos de diputados conservadores; al presentar la censura, algún diario le recordó ese anuncio y le reprochó esa previsión de servirse de tráfugas para "conseguir auparse al sillón de la Diputación General" (El Periódico, 7.9.93: 4). Dado que la coherencia constituye el principal requisito de la textualidad (Schmidt, 1973), la forma en que vivieron las instituciones y los principales sujetos sociales aquel proceso social excluye, siguiendo a Lotman (1978), un simple encadenamiento fortuito de hechos y conductas. Si la existencia de una organización interna solidaria, probada por la continuidad del asunto o por la red que trabó lógicamente y semánticamente el texto, no fuera dato suficiente

para inferir el carácter textual de esta socialidad, la prueba de que gobierno y oposición mayoritaria participaron en aquel acontecer desde la percepción de que, pese a la diversidad de avatares, estaban participando de una única historia confirma que acabó socializándose un Marco de Integración Global que dotó de sentido a este texto.

Esa pugna por la gobernabilidad de Aragón atravesó los diversos discursos sociales e intextos que, siguiendo a Hernández (1995), están en la base de la producción del texto. Convertida en el supertema central, esa idea facilitó, como señala Jensen (1993: 175), la interpretación de los discursos por parte de las audiencias y, además, generó una serie de proposiciones que los diversos actores sociales transformaron en *topic* temáticos. En lo que este acontecer tuvo de historia, esa macroestructura articula las diversas secuencias intermedias y, de esa forma, garantiza la adecuación entre las partes del texto, uno de los requisitos para afirmar su coherencia. La lógica interna de esa historia sugiere que, sin el acuerdo autonómico entre los dos grandes partidos estatales, no habría habido movilización autonomista en Aragón; o que, de no haber obtenido la reivindicación de autonomía plena y agua ese respaldo social, difícilmente el PAR habría duplicado sus votos en las Elecciones Generales de 1993. De la misma forma, cabe inferir que la sustitución de quienes representaban el Justiciazgo, E. Gastón, y el Gobierno autónomo, E. Eiroa, estuvieron mediadas por el liderazgo que ambas instituciones habían ejercido en la movilización (28). El mismo convenio audiovisual fue justificado por sus impulsores políticos como una respuesta al bloqueo que la oposición socialista aplicó al proyecto de Televisión autonómica y, según los medios, derivó del éxito electoral del nacionalismo moderado: En su ambición por la hegemonía política el PAR creyó (29) más rentable el apoyo de un multimedia español que el de Heraldo, líder indiscutido en su sector. Pero, además de esas presuposiciones lógicas y vividas socialmente, la movilización autonomista y el convenio audiovisual fortalecieron al Gobierno de Aragón, en la misma medida que aislaron o crearon peligros al PSOE:

"Cualquier Facultad de Ciencias Políticas, en sus laboratorios, podría poner como asignatura práctica la disección de la presente legislatura en la Comunidad Autónoma de Aragón [...]" (Diario 16. *Disección de Aragón*, 7.9.93).

"[...] El candidato socialista se apoyó en dos recursos fáciles pero válidos: la cada vez más negativa gestión del actual gobierno PAR-PP y las limitaciones de una propuesta 'nacionalista' que sigue sin salir del oportunismo victimista" (Heraldo, *Un desafío de ida y vuelta*. 15.9.93 [editorial])

"[...] Y quiero felicitar al Heraldo de Aragón porque no ha hecho campaña contra el PAR hasta que este se ha metido en el asunto de Antena 3. Y también quiero felicitar al Director de Radio Zaragoza que consigue un carguito con esta entidad nueva que nos va a entrar" (Radio Zaragoza, Estudio de Guardia, 16.9.93 [línea abierta al público; oyente 10]).



La coherencia posibilita que, pese a sus tensiones semióticas internas, un conjunto de enunciados y de discursos heterogéneos sea percibido por los sujetos como elementos de un solo texto. Al asegurar su unidad interior, hace posible incluso que una interacción de prácticas significantes translingüísticas (30) múltiples y diversas se conviertan, según Carontini y Peraya (1979: 100), en un texto. Pero, al mismo tiempo, permite diferenciar el texto del antitexto, lo que el texto expulsa porque lo pone en peligro (Mignolo, 1978: 57), e, incluso, de aquel no texto que, primero, fue producido y olvidado, pero luego se convirtió en un punto de referencia mediante diversos reenvíos (Ibid, 11). En esa tarea la coherencia se convierte en una de las condiciones que permiten fijar los límites textuales de una realidad social o, siguiendo a Lotman (1978), su incapacidad para funcionar como un texto. Como señala Dayan (1997: 13), un texto puede tener límites precisos o fundirse en el flujo permanente de la comunicación y la interdiscursividad social. Esta ambivalencia ha alimentado críticas hacia quienes generalizan de forma excesiva la idea de texto para propiciar "una omnicomprensiva legibilidad del mundo" (Derrida en Maldonado, 1994: 106). Esta desconfianza hacia lo textual avisa de que, aún dentro de su naturaleza abierta y en permanente productividad, el texto soporta límites que deben ser definidos (Mignolo, 1978). En este proceso social ese supertema y los diversos *topics* o las relaciones de implicación y presuposición de proposiciones y secuencias confirman que, aún siendo muy heterogéneos los discursos y las actividades sociales que lo construyeron, ese acontecer configuró una única práctica textual. Pero, al mismo tiempo, dejan fuera de él otros acontecimientos simultáneos en el tiempo y en la socialidad que no se incrustaron en ese sistema social semiótico.

Pese a su naturaleza lógica semántica, la coherencia que permitió a los sujetos vivir este acontecer como un texto no es sólo cuestión de código o de competencia lingüística. Los Estudios Culturales han enfatizado, pese a sus divergencias internas sobre la preeminencia del texto o del consumo, que leer unos acontecimientos sociales a partir de una red de sentido exige también compartir una cultura o, en palabras de Morley (1997), conformar una comunidad interpretativa. El Gobierno de Aragón comunicó el 9 de marzo de 1992 que había acordado promover una manifestación el próximo 23 de abril, día de Aragón, para "reiterar que la sociedad aragonesa apoya una reforma del Estatuto en profundidad y por consenso" (DGA, 1992d). El encuentro de cada sujeto con esta declaración queda abierto a una descodificación aberrante o a diferentes formas de negociación (ver 3). Sin embargo, la permeabilidad que algunos partidos y los medios de comunicación evidenciaron ante aquella propuesta sugiere que compartían algunos códigos culturales y, sobre todo, un universo de sentido que, como usuarios de los signos, les permitió vivir la firma del Pacto Autonómico como una discriminación y un peligro para los intereses de su colectividad (4.1; 4.2). Esas asociaciones pragmáticas, ligadas a factores del conocimiento del mundo, no sólo reforzaron la coherencia interna del texto; también hicieron posible que, a partir de ese momento, las conductas de los diferentes

actores sociales fueran interpretadas como una actividad comunitativa basada en un cierto Marco de Integración global (Van Dijk, 1996).

Igual que el tejido, el texto se construye a partir de la trama que se elabora con los distintos hilos (Hernández, 1995: 15). Como relato social, la discursivización de este acontecer aragonés reflejó la polifonía social incluso cuando, como en algunos momentos de la reivindicación autonomista, la adhesión social y la unanimidad del bloque social que la impulsaba (4.1) dificultaron que emergieran las opiniones de quienes, en Aragón y en Madrid, defendían el Pacto Autonómico. Esa diversidad discursiva se mantuvo dentro de un Marco Integrativo Global, ya que, junto al supertema de la gobernabilidad de Aragón, los diversos locutores asumieron que se estaban poniendo en juego relaciones sociales de poder (4.2) y algunos aspectos de la identidad comunitaria (4.1). Además, la preeminencia de lo medial fijó un reparto actancial entre los principales actores sociales y una tematización discursiva de la autonomía plena o del agua que, además de facilitar la secuencialidad de la historia, hizo visible la unidad de acción que necesita toda trama (Genette, 1970). Si lo importante en toda historia "es el largo camino hasta el final del coito muerte del relato" (Perceval, 1996: 42), la progresión de la acción se revela como la estructura que en los entrecruces de unos y otros discursos sociales trabó el texto desde su centro. Por otro lado, la asunción de ese mapa actancial por parte de las audiencias (3.2.1) explica, de hecho, que en 1992 y 1993 las instituciones y organizaciones sociales pidieran el apoyo a la manifestación y la sociedad respondiera de forma masiva a esa solicitud, mientras que en 1994 se quebró ese respaldo pese a que incluso los medios llamaron a la participación (31):

### **Macroestructura Global**

Macroestructura A: Primera manifestación. Febrero-abril 1992.

Secuencia 1. Gobierno Central, PSOE y PP suscriben el Pacto Autonómico.

Insatisfacción en algunos partidos aragoneses.

El Presidente autonómico propone manifestarse contra el Pacto.

Secuencia 2. La Mesa de partidos convoca una manifestación para el 23.4.

PSOE y Gobierno Central se oponen.

Los impulsores mantienen la convocatoria.

Secuencia 3. Los mass aragoneses la apoyan.

Las principales instituciones sociales respaldan la convocatoria.

Más de cien mil aragoneses participan en la manifestación.

Macroestructura B: Concentración ante el Congreso. Noviembre, 1992.

Secuencia 1. Partidos y gobiernos negocian sobre reforma del Estatuto.

El Gobierno Central y el PSOE rechazan ampliar autogobierno.

La Mesa de Partidos convoca concentración ante el Congreso.

Secuencia 2. Convocada la concentración ante el Congreso.

PSOE y Gobierno Central rechazan

La mesa mantiene la convocatoria

Secuencia 3. El presidente de Aragón dice que no irá

Los mass la apoyan (32).

Diez mil aragoneses se concentran ante el Congreso por la A.P.

Macroestructura C: Manifestación en la Plaza del Pilar. enero-abril, 1993.

Secuencia 1. Acusada sequía en el Sur de España.

El Gobierno Central anuncia el anteproyecto del P. Hidrológico.

Gobierno de Aragón se opone por incluir trasvases del Ebro.

Secuencia 2. La Mesa de Partidos convoca manifestación por agua y autonomía.

El PSOE y PP se niegan a respaldarla/Los mass repiten apoyo.

Cien mil aragoneses se manifiestan en la calle.

Secuencia 3. Convocadas Elecciones Generales.

Autonomía y agua, issues mediales y políticos de la campaña.

El PSOE desciende más que en el resto/El PAR duplica votos.

Macroestructura D. Convenio TV y moción de censura. Julio-septiembre, 1993.

Secuencia 1. Gobierno autónomo y A3 TV firman acuerdo audiovisual.

Oposición parlamentaria y medios lo rechazan

Las Cortes lo respaldan con apoyo PAR y PP.

Secuencia 2. Se inicia el desarrollo del convenio.

Oposición y medios cuestionan su legalidad

El Gobierno mantiene en vigor el acuerdo.

Secuencia 3. Continúa la puesta en marcha de la programación

El Justicia informa de que el convenio vulnera el Estatuto (33).

El PSOE presenta la moción de censura.

Para Wolff (1991: 190), la sensatez de un texto, de un discurso o de un conjunto de proposiciones no depende tan sólo de "su ser coherente en la conexión entre frase y frase", sino también de "su ser

global, es decir, [...] de poseer una unidad, un 'hilo conductor'". Este Marco de Integración Global confirma que este acontecer colectivo cumplió esa exigencia y, también, que la percepción social se adecuó a otras dos reglas textuales, según Wolf, la de supresión o eliminación de detalles irrelevantes y la de generalización, que integra las acciones integrantes en una única trama global. Al abrirse con la elección del Gobierno autónomo tras las Elecciones autonómicas de 1991 y cerrarse con su sustitución mediante la moción de censura, esta macroestructura global conforma una gran secuencia que, como exige el relato (Bremond, 1970; 1972), parte de una situación inicial y culmina en su modificación. Además de situar estas acciones como partes de una misma trama, esta lógica da sentido al tipo de enunciación (3.2), narrativo, y a la forma en que, como actantes o relatores, participaron de este unos y otros sujetos sociales. Si atendemos al carácter de lógica transdiscursiva que se reconoce a la narratividad (Grandi, 1995: 209), esa caracterización como relato facilita también la coherencia de un texto sincrético como este (ver 3): por un lado, le aportó convencionalidad, y por tanto gramaticalidad, a las palabras y las conductas (Kristeva, 1974); por otro, gracias al contrato enunciacional que presupone todo relato (3; 3.2), unificó lenguajes tan distintos como el medial, el político y el jurídico-administrativo.

Algunas de estas marcas enunciativas y narrativas se convirtieron en auténticos indicadores formales de la cohesión de este texto. Tres días antes de las Elecciones Generales de 1993 el Gobierno autónomo entregó a doscientos colegios aragoneses los carteles oficiales de los 23 A, acto que fue cubierto por los medios y, por tanto, devino en una escenificación de campaña; la rueda de prensa del Gobierno autónomo previa a la moción de censura (*El consejero Biel confía en que Gomáriz mantendrá su apoyo al Gobierno*, Diario 16, 8.9.93) tuvo como fondo el cartel oficial del Día de Aragón de ese año, cuyo contenido fue reproducido en las fotografías de los medios. Si la cohesión es una expresión gramático formal de la coherencia (Schmidt, 1983), estas anáforas revelan algunos de los dispositivos, en este caso intencionales e ideológicos, que los locutores pusieron en marcha y que explicitan lecturas unitarias de este texto. En los meses de julio y agosto de 1993 diversos medios informativos y dirigentes políticos anticiparon que se iba a presentar una moción de censura, rumor que fue tematizado como una parte del topic generado alrededor del convenio televisivo; como reacción al apoyo popular a la convocatoria por la autonomía plena y el agua, J. Marco reenvió el 23.4.93 a que la auténtica manifestación sería el 6 de junio, fecha de las Elecciones Generales; de forma similar, tras la concentración ante el Congreso, anticipó la moción de censura (*Marco: "El PSOE no tolerará un año más la discusión permanente entre PAR y PP"*, Diario 16, 18.11.92, abre edición; *El PSOE habla de diálogo pero anuncia la moción de censura*, Heraldo, 20.11.92, sumario). Estas catáforas tramaron el texto porque, junto a las anáforas, construyeron una temporalidad recurrente que, al actualizar el pasado o el futuro, reforzó la secuencialidad del presente y el carácter cíclico de los acontecimientos; pero, además, propiciaron marcos contextuales que condicionaron

comprensiones cognitivas y afectivas desde una única red de sentido, la de la gobernabilidad de Aragón.

Si se atiende al uso que el melodrama hace de la repetición (Grandi, 1995) o de la retórica de la personalización y de las pasiones (Mehl, 1997), tanto el discurso medial como el político abundaron en ese tipo de registros porque impusieron una vivencia más emocional que conceptual de la realidad social (3.1; 3.2; 4.1; 4.2). Ambos dispositivos reforzaron también la cohesión textual, igual que las redundancias léxicas concretadas en varias isotopías (34). Leyendo las noticias y los mensajes políticos como episodios de un mismo relato, la trama se sostuvo en algunas ideas fuerza que, además de expresar los diferentes topic temáticos, acabaron constituyendo una red semántica que, tal como exige Hernández a las isotopías (1995: 119), garantizó una cierta complementariedad significativa entre las diversas partes del texto y, en consecuencia, que este adquiriera unidad de sentido para sus usuarios (4.1). El discurso medial enfatizó los componentes de dignificación de lo aragonés y de equiparación con otras autonomías a través de la frase 'ni más ni menos'; el discurso gubernamental, por su parte, aplicó a la autonomía plena contenidos ligados, por un lado, a la mejora de la sociedad explicitada en el concepto 'calidad de vida' y, por otro, a los beneficios económicos del autogobierno y la defensa del agua simbolizados en la 'competitividad territorial'; diversos locutores sociales ficcionaron el protagonismo de lo social mediante la mitificación de 'el pueblo aragonés', expresión de una cierta nacionalización de lo social (4.1; (4.1.2)); por último, el 'centralismo político' devino en unos y otros discursos en el peligro para el futuro colectivo y, por ello, en el enemigo a derrotar. Además de facilitar implícitamente la continuidad referencial, estas isotopías dotaron al texto de la bivalencia que Barthes atribuye a lo mítico (3.2): A través de ellas una parte de la sociedad aragonesa vivió este acontecer desde la misma puesta en juego de la identidad que los franceses cuando comen bistec con patatas fritas, tal como recuerda Greimas (1971: 148).

En unos casos, estos subtemas certificaron la continuidad temática del texto; en otros, devinieron en elementos conectivos que expresaban una relación ya secuencial, ya lógica, como sucedió con la presentación del Plan Hidrológico Nacional por parte del ministro J. Borrell o con la firma del convenio televisivo. Demostrando hasta que punto lo discursivo operó como espacio de combate, el PSOE consiguió que las Cortes de Aragón devolvieran al Gobierno el 15.1.93 el proyecto de Presupuestos de la Comunidad Autónoma (35); sin embargo, un día antes el Presidente de la Comunidad había iniciado la polémica hidráulica con el ministro Borrell mediante un discurso que le investía como defensor de la dignidad y de los intereses de la sociedad aragonesa (El Periódico, *Eiroa*: "El Gobierno va contra Aragón", 13.1.93). Esta estrategia discursiva revela que, además de su función conectiva, se activó este *topic* temático dentro de la puesta en juego del supertema, la gobernabilidad de Aragón. De ahí que, aún funcionando como intextos y, por tanto, constituyendo porciones de enunciaciones integradas, pero diferenciadas dentro del texto (Schmidt, 1983: 152),

estos topic siguieran la lógica de jerarquidad que exige la productividad textual y se supeditaron a la macroestructura global. Además, compartieron el tipo de enunciación narrativa y los ámbitos sociales en que se usó aquella -la comunicación pública y, sobre todo, la masiva (3.1.2)-, lo que integró aún más esa diversidad de asuntos y *topic* temáticos en el texto.

Esta construcción discursiva de los temas y los procesos o condiciones que los situaron socialmente reenvían, como anota Collins (1994: 79) a la presencia preeminente de unos y otros discursos o a su exclusión, pero también a la jerarquización de los actantes. Verón (1997: 55) lo ha dicho de otra manera: Los recursos lingüísticos van "íntimamente vinculados" a "las prácticas sociales que organizan las formas de discursividad". Así el grado de interiorización social que alcanzaron la autonomía plena o el agua (Ansó, 1993b, 1994; Díez Nicolás, 1993) da valor a la preeminencia de los medios y más aún al diferente tratamiento que estos dieron como fuentes a quienes se oponían o apoyaban la reivindicación (4.1; 4.1.1.3). El protagonismo del Gobierno autónomo (36) y el Justiciazgo en esa tematización derivó de su posición institucional: Esta les capacitó para mediar en las representaciones colectivas a través de los *mass* o, en todo caso, para fijar de forma directa, como emisores, el bien común y los intereses colectivos (Martín Serrano, 1992). Sin embargo, esa cooperación entre instituciones y medios reenvía también a otros mecanismos de la complejidad con la que, según Wolf (1991: 186), tematiza la comunicación de masas: Los intereses comerciales de esas empresas (3; 4.1). De hecho, esa forma de tematizar aquella realidad explícita que este texto traspasó lo narrativo para alcanzar intenciones persuasivas, a la manera que Williamson atribuye al discurso publicitario (en Wells, 1994: 188-9). Como portavoz de las tres principales manifestaciones, el discurso del Justicia hace visible la coherencia lógico semántica y la cohesión formal del texto. Aunque explícita, sobre todo, ese protocolo de codificación connotativo, retórico, pasional, melodramático y mítico, que, una vez asumido por las audiencias, devino en contrato enunciacional y en marco interpretativo:

"[...] Llega de nuevo el aire libre, surco de voluntades y semillas fecundando la tierra, querencias solidarias de un derecho total, justicia plena, libertades propias. [...] Todavía tenemos un paisaje posible, cauces de libertad, [...]. Por el paisaje de este trozo de mundo, por la memoria histórica, por nuestra voluntad de ser ahora, por los que han de venir [...] pidamos, demandemos, exijamos libertades unidas, autonomía plena, todos, iyai" (Gastón. E. *Manifiesto movilización* 23.4.1992).

"Aragón ha venido a denunciar las diferencias discriminatorias de una España de dos categorías. [...] la cobardía de una España oficial que no afronta el espíritu constituyente del Estado de las Autonomías [...] ¿Crees que los conflictos con las Comunidades que invocan más derechos se aplacan acallando a muchas otras con menos competencias? ¿Es que sólo clamando independencia se puede conseguir la Autonomía? [...] Ya no pretendas, hija de Aragón, que comprendamos tu sordomudez [...]. Porque queremos

un Aragón libre, de aragoneses libres, que sigue demandando para siempre Autonomía plena ya" (Gastón, E. *Manifiesto concentración ante el Congreso*. 15.11.92).

"[...] Nuestra prosperidad depende de las aguas. Existen, las tenemos y las necesitamos. Pero no las podemos aprovechar por falta de un tejido de vasos y canales que haga correr la savia por todos nuestros páramos [...]. Un reticente desarrollo del Estado de las Autonomías nos está erosionando [...] nuestra idea de España. [...] Por eso denunciemos esa falta de diálogo de la política española con las Comunidades de segunda, que difieren del trato que se tiene con Cataluña y Euskadi por intereses o por miedo [...]. Autonomía Plena ya no es ninguna utopía [...] Es una pretensión profunda y consecuente con nuestra historia, con nuestro presente y con nuestra voluntad de futuro [...]" (Gastón, E. *Manifiesto manifestación* 23.4.93).

Esta mitificación de la autonomía plena avisa de que en este caso la centralidad de lo masivo no supuso preeminencia de lo informativo, sino de lo espectacular y de lo subjetivo o emocional. Aclara, también, de qué manera la sociedad aragonesa se apropió de esa tematización discursiva. En la medida que "sólo tienen valor, para sus receptores, los textos que permiten una experiencia estética, una toma de conciencia moral o una reflexibilidad ideológica" (Dayan, D. 1997: 28), este contrato enunciacional sugiere que, para alcanzar la relevancia sociocomunicativa que Schmitz (1983) exige a los textos, se activaron usos y apropiaciones que combinaron las asociaciones prácticas y simbólicas, pero que en uno y otro caso conmovieron la intersubjetividad social (Hall, 1998). Dado que el valor de cambio simbólico no radica tanto en la mercancía lingüística como en las imágenes de nosotros mismos que se nos proyectan y que los consumidores acaban haciendo suyas (Wells, 1994: 188), el recorrido que hicieron algunos sectores sociales para apropiarse el texto sugiere procesos de implicación e identificación (4.1; 4.2) menos ideológicos que los dibujados por Dayan y más próximos al melodrama o la cultura popular (M. Barbero, 1993: 151), más propios de la sociedad demoscópica (Minc, 1995) que de la racionalidad del espacio público burgués (Habermas, 1994). Por encima de que una parte del acontecer autonomista fuera construido pensando en su valor como acontecimiento medial (ver 3), un intercambio simbólico de ese tipo esboza un contrato enunciacional y un contexto de comunicación mediado por la espectacularización y los esquematismos característicos de lo masivo (37).

Ese tipo de interdiscursividad y de acuerdo entre quienes usaron los signos contribuyó también a la trabazón lógica y semántica del texto. En cuanto que la coherencia incluye la adaptación del texto a la situación comunicativa (Coseriu en Hernández, 1995), la importancia que en los diversos discursos sociales acabó teniendo lo espectacular y lo dramático demuestra hasta qué punto el contexto de comunicación, primero, y de consumo, después, reforzó esa percepción social de estar leyendo un mismo y único texto. Por ello, la forma en que una parte de la sociedad aragonesa participó en este

texto desde unos u otros discursos (3.2.2) también demuestra la coherencia del texto. Desde esa perspectiva, los discursos dramatizados y personalizados de los medios informativos aragoneses (38) alimentaron, por un lado, los registros enunciativos y narrativos de otros discursos que, como el político, habían tendido inicialmente hacia lo conceptual y explicativo; y por otro, invitaron a un tipo de participación y de consumo por parte de las audiencias, ya que con su forma de seleccionar la realidad y noticiarla interpelaron a la memoria colectiva desde un imaginario volitivo, emocional. Así lo prueban los comportamientos sociales en las tres manifestaciones de 1992 y 1993, los manifiestos leídos por El Justicia, las crónicas de esas movilizaciones que hicieron los medios o la publicidad del Gobierno de Aragón (4.1). De esa forma, se revela, primero, que esta discursivización se adscribe a las sociedades de expresión que, como dice Touraine (en Mehl, 1997: 111), hacen prevalecer las emociones sobre los argumentos; y, segundo, que la intertextualidad, los reenvíos a la historia y a lo social, los códigos culturales también reforzaron la coherencia de este texto.

Como recuerda Wolf (1991: 142), para el modelo semiótico textual en la recepción no se reciben mensajes particulares reconocibles, sino conjuntos textuales (ver 2.1). Quienes consumen los signos perciben de forma sincrónica y diacrónica numerosos mensajes que se entrecruzan y no los comparan con códigos reconocibles, sino con conjuntos de prácticas textuales implantadas socialmente. Eso explica que en este caso el conjunto de procedimientos que produjeron este texto incluyó, tal como afirma Kristeva (1974), numerosos reenvíos a otros enunciados anteriores o sincrónicos de la cultura de masas, del ámbito político o de la cotidianidad social. También sugiere que, aunque la preeminencia de lo mediático y de lo masivo condicionó que este intercambio se llevara a cabo a partir de sus modos de enunciar (3.2.1) y comunicar (3.2.2), esos entrecruces de discursos y textos se llevaron a cabo al margen de una sistemática, en libertad, a la manera apuntada por Verón (1997: 55). Meses después de iniciada la manifestación el Ejecutivo autónomo difundió un spot institucional en televisión que encarnaba en un bebe la idea de que 'Aragón crece fuerte'; en abril de 1993 Diario 16 publicó su promocional sobre la historia de la autonomía de Aragón a partir de una niña que intentaba empezar andar y el slogan 'El primer paso para que Aragón alcance su plena autonomía...es conocer bien su historia'. Como expresión de esa discursividad social, estos mensajes no sólo explicitan la quiebra de la impersonalidad en el texto autonomista; también ponen de manifiesto que el sentimiento se personalizó en sujetos que devinieron en símbolos de lo colectivo, dando lugar a entrecruces de lo público y lo privado que, como recuerda Mehl (1997: 94), facilitaron que el problema colectivo se convirtiera en un asunto de conciencia individual.

De esa forma, las diferentes discursivizaciones de este acontecer acabaron interpellando a la identidad de quienes usaron estos signos, al mismo tiempo que ponían en juego relaciones territoriales y sociales de poder. En ese contexto pragmático locutores y receptores llevaron a cabo una negociación mutua y continua para readaptar sus discursos al desarrollo del proceso. Igual que eso



afectó al protagonismo de unos *topic* u otros, como pone de manifiesto la relevancia adquirida por el paro y la competitividad territorial en la movilización de 1993, también modificó el debate político, que desde el otoño de 1992 incluyó elementos explícitamente nacionalistas, e intensificó los diálogos con la historia y la cultura (4.1; 4.2) y la dramatización del acontecer. Sin embargo, los usuarios siguieron leyendo lo social a partir del mismo cuadro actancial que demonizaba a quienes personificaban el Pacto Autonómico y los trasvases y del supertema, la pugna por el gobierno de Aragón, o de algunos *topic*, en concreto el sentimiento de dependencia y menosprecio hacia lo aragonés dentro del Estado. De ahí que ni los entrecruces de unos y otros discursos ni los reajustes de estrategias que llevaron a cabo los principales usuarios cambiaron el contexto de comunicación, por lo que no afectaron a la coherencia del texto:

"[...] Hay que recordarle a Marco que con todo lo grave e importante que es el paro en España no cabe en la manifestación del 23 A [...] Hay que recordarle [...] quién es el causante de los tres millones de parados que hay en España [...]" (Yuste, Arturo. *La amnesia de Marco*. Heraldo.6.4.93. Cartas de los lectores).

"Cuando [...] acudamos a nuestra manifestación [...] esperamos, llevados del sentir popular, que en el encabezamiento no figuren los 'acólitos' de partidos centrales [...] con la forma de actuar de los citados, nos obligan a radicalizarnos en contra de esos que adoptan acuerdos en las Cortes Españolas" (Amigos de Aragón. *No se esfuerce, presidente Eiroa*. 5.4.93. El Periódico. Cartas de los lectores).

"Ciudadanos y ciudadanas. La Mesa de Partidos por la Autonomía Plena pone de manifiesto que la gran manifestación del pasado 23 de abril en Zaragoza ha conseguido que los problemas de Aragón se oigan en Madrid.[...] ¡¡ES DE JUSTICIA!! (Convocatoria de la Mesa a la manifestación de 1993. Publicidad).

"El Partido Aragonés convoca a todos los aragoneses [...] a la manifestación que mañana tendrá lugar para demostrarla fuerza de este pueblo y su deseo de seguir avanzando en el camino de la autonomía, la libertad y la solidaridad" (PAR. Manifiesto de San Jorge, 23.4.93 [insertado como publicidad en todos los diarios; formato rompe página]).

Esta multitud de anáforas internas y exteriores refuerza la hipótesis de que, cumpliendo la predicción de Lotman (1978: 73) de que toda práctica textual forma parte de otra superior, este texto se produjo y construyó mediante una permutación permanente de discursos y textos. La importancia adquirida así por la intertextualidad actualiza la preeminencia reconocida a lo medial y lo masivo, porque la cultura de masas se ha demostrado enfáticamente intertextual (Grandi, 1995). Sin embargo, reenvía también a las complejas determinaciones que a través de los diferentes discursos lo social y cultural ejercieron sobre la producción del texto. Yendo más allá de los actos locutivos e, incluso, de lo

estrictamente lingüístico, este texto se conformó a partir de códigos sociales explicables menos según categorías lingüísticas que culturales o lógicas. Tanto los discursos divergentes de algunos medios sobre el conflicto autonómico o televisivo (39) como las discursivizaciones de partidos e instituciones convirtieron la polifonía social en una interpretación tan reductiva como interesada de lo social. De ahí que, aunque se formuló como el intento de perpetuar la comunidad y, por tanto, en el espacio social de la comunicación pública (3.1.1), la demanda de autonomía plena y agua aparezca gestionada, a la manera que anticipa Martín Serrano (1992), con los mismos criterios comerciales que cualquier otro producto del sector privado. Desde esa perspectiva la retórica del exceso, del espectáculo y del melodrama no sólo reenvía a las intenciones prescriptivas de los medios, los partidos o las instituciones. También validan la tesis de Schiller (1983) de que los medios constituyen una industria y no una distribución independiente de información o, su traducción culturalista, de que las audiencias devienen de receptores en consumidores (Beezer, 1994). E, incluso, confirman que la competencia en el interior de los sistemas político (Chueca y Montero, 1995) y medial (Ansó, 1992) de Aragón o la recesión económica (DGA, 1993a/b) influyeron en el sentido del texto desde dentro (3.1).

La comprensión de la enunciación reenvía a las condiciones en que se produjo aquella (ver 3.2). Por ello, esta inserción de lo social o las readaptaciones que explicitó los discursos denotan el carácter dinámico y cambiante del contrato enunciativo que suscribieron los usuarios de este texto. Según Livinstone y Lunt (1997: 172), el contrato entre el texto y el lector determina la estructura enunciativa, sus temas claves y las satisfacciones que puede procurar, pero ante cualquier nuevo relato el formato discursivo no está todavía definido y los usuarios se esfuerzan por negociarlo, por fijar los ajustes enunciativos y temáticos. En ese proceso se va dibujando su cuadro de participación e incluso la epistemología que ha de ayudar a comprender y dar sentido al texto (Ibid, 178). La reivindicación de mayor autogobierno estuvo en la base de los discursos que iniciaron la movilización social, pero con marcas enunciativas bien distintas a las que predominarían después. Los primeros comunicados oficiales del Ejecutivo Autónomo (*El Gobierno de Aragón impulsará un proyecto de reforma del Estatuto de consenso político y social*, 9.3.92; *El Presidente Eiroa ha ofrecido a los partidos que una Mesa social convoque y organice la manifestación*, 12.3.92) o la noticiabilidad mediática inicial sobre la reivindicación (*El Gobierno aragonés convoca una manifestación por la plena autonomía*, Diario de Teruel, 10.3.92; *Los partidos políticos buscan apoyos sociales para la manifestación del 23-A*, El día, 17.3.92), usaban registros informativos antes que la interpretación y el melodrama; de la misma forma, el modelo de propaganda que luego ayudaría a producir la conformidad social (3.2; 3.2.2) se revelaba incipiente, cuando no inexistente (El Periódico, *La mesa del 23 de abril 'coja' y sin lema para manifestarse*, 17.3.92 [foto, primera]; ABC, *Los sindicatos, reticentes ante la manifestación del 23-A hasta que no se concrete su contenido*, 19.3.92).

El hecho de que el PSOE se opusiera a la convocatoria (El día, *Sólo el PSOE negó su apoyo a la manifestación del 23 de abril*, 26.3.92) y de que fueran conociéndose apoyos sociales (Diario de Teruel, *Cepyme apoya la manifestación en defensa de la autonomía de Aragón*, 12.3.92; Heraldo, *El obispado apoya la plena autonomía*, 2.4.92) y de los ayuntamientos de Zaragoza, Fraga y Teruel modificó la estrategia de los medios y sus discursos que pasaron a ser connotativos y subjetivos (El día, *La fiebre del 23-A*, 29.2.92; ABC, *A la greña*, 10.4.92; El Periódico, *La moto del 23 A se queda sin sidecar*, 25.3.92). Pero, sobre todo, esa negociación social del contrato enunciativo facilitó que la movilización se fuera dotando de un determinado sentido (El Periódico, *Emilio Eiroa se la juega el 23 de abril*, 11.3.92; Bolea J. *El pueblo y la imaginación al poder*, Diario 16, 12.3.92), así como de signos vehiculares (Palazón, S. *La marcha*, 12.2.93) y de *topic* (El Periódico, *Madrid llama con urgencia a Triviño*, 12.4.92). Esta discursivización tan emocional como retórica llegó de forma progresiva a los discursos institucionales y sociales (4.1), facilitando que se implantara como bien colectivo lo que, en el caso de la autonomía plena y del agua, había sido hasta entonces bandera de un partido (40). De esa forma, si las expectativas colectivas mediaron el dibujo del contrato enunciativo, también las élites sociales usaron aquellas para articular un discurso propagandístico que, cumpliendo los peligros que señala Martín Serrano (1992) para la comunicación pública, enmascaró los intereses de grupos particulares bajo la defensa de la colectividad (4.1.2.2; 4.2.1):

"[...] ¿Este hombre conoce Aragón?. No. ¿Se hubiera atrevido a decir lo mismo en el País Vasco o en Cataluña?. No. El problema es que a los aragoneses, Madrid nos sigue tratando sin respeto. Algo habrá que hacer" (Diario 16. ¡Vaya ironía!, 12.3.9).

"Como todas las décadas por estas fechas, el 23 de abril se convoca una manifestación (autorizada) para protestar ante Felipe II González por la poca confianza que su estado y/o Gobierno deposita en nosotros y en nuestros jefes [...]". (Gistáin, M. *10 razones para ir*. El Periódico, 17.3.92).

"El PSOE se ha quedado sólo ante la marcha autonómica [...] los socialistas, inmersos en un magma de contradicciones internas, no han sido capaces de encontrar una salida airosa a la propuesta" (El día, *Cabezudos*. 27.3.92).

Si toda comunicación es una acción orientada hacia un fin (Hernández, 1995), este tipo de contrato enunciativo corrobora que este texto del acontecer social aragonés, como unidad lingüística máxima dotada de sentido completo, estuvo saturado de intenciones. A través de ellas, lo social trabajó especialmente desde el interior del signo (3.2). Primero, porque esas intenciones generaron gran parte de las ideologías (41) a través de los cuales los sujetos, en palabras de Colombo (1976: 80), "vivieron de modo imaginario las relaciones sociales reales". Y segundo, porque guiaron las prácticas significantes del texto y las diferentes intertextualidades que, marcadas en el texto o activadas en el consumo, integraron en el texto algunos enunciados extratextuales al mismo tiempo que, como

sugieren Carontini y Peraya (1979: 112), insertaron este en la historia y la cultura. El carácter identitario de algunos discursos (4.1) o la posibilidad de que se construyera lo social desde algún tipo de discurso nacionalista (4.1.2) fue ligado, en gran medida, a esos entrecruces textuales y a la riqueza ideológica del texto. El protagonismo discursivo y actancial de las clases medias urbanas o de la prensa diaria añade matices a esa intertextualidad o a los sistemas de valores ligados a la autonomía, al agua y a la televisión. Según Chomsky (en Cohen y Rogers, 1993: 122), las clases medias constituyen el objetivo de la propaganda porque pueden causar daño a la estructura de la autoridad. La focalización inicial del combate político en ese segmento social se revela así estratégica (4.2.1.1), igual que la inserción del discurso religioso y la cooperación de la Iglesia en los inicios de la movilización.

Para Fabbri, el mito tiende a resolver en el plano imaginario contradicciones reales o imaginadas por los sujetos de una cultura y los media cumplen esa función mítica porque, además de ofrecer este tipo de soluciones, niegan con su discurso las diferencias de clase (en Colombo, 1976: 81). La autonomía plena constituía una promesa y, como tal, no se podía verificar de manera directa. De la misma forma, la defensa del agua no se concretaba en políticas concretas que, como la construcción de embalses, pudieran generar contradicción ideológica o división social. Como fuente de nuestro conocimiento sobre el mundo, los medios influyen menos cuando sus receptores pueden basarse en experiencias de primera mano; en cambio, multiplican esa eficacia en cuestiones sobre las que carecen de experiencia personal y, por tanto, la medial constituye la única fuente viva de información (Pratkanis, 1994: 85). Por ello, el sistema medial aragonés pudo hacer creíble ante sus audiencias la ficción de un autogobierno pleno o de que era posible impedir los trasvases, utilizando para ello un relato melodramático y simbólico que asociaba el apoyo a la reivindicación con un futuro mejor para la comunidad. Pero esta función mitocompensatoria muestra atisbos del espesor cultural de los medios, porque explicita otra cara de la cooperación que mantuvieron con el sistema político y las instituciones públicas aragonesas. En la medida que afectó a las relaciones de poder (4.2), esa discursivización medial cumplió la predicción de Chomsky (1996) de que, llegando incluso a creerse lo que dicen, la clase profesional propaga los puntos de vista que interesa a las élites y, sobre todo, de que estas esparcen ilusión en el exterior del sistema como forma de producir conformidad (en Cohen y Rogers, 1993: 121).

Como texto producido a partir de distintos sistemas culturales compatibles y complementarios (Lotman, 1972), la centralidad de lo medial adquiere valor porque se convirtió en discurso dominante (4.2). Sobre todo, en los acontecimientos más relevantes (3.1.2) el discurso medial adquirió tal valor que los demás discursos sociales, de forma especial los de las instituciones públicas y las organizaciones sociales, siguieron sus pautas enunciativas y se supeditaron a él en el dibujo del mapa actancial o la tematización. De esa forma, su tendencia al relato mítico y, por tanto, a los registros simbólicos o melodramáticos avisa de que, tras la narratividad, primó lo argumentativo o persuasivo. Más allá de

que, como dice Hernández (1995: 95), todo enunciado contenga un cierto valor argumentativo, el predominio de lo mítico y simbólico en los demás discursos sociales o, incluso, los contextos de comunicación en los que aquellos circularon sugieren que, aunque las secuencias se trabaran de forma temporal y lógica, esta narratividad social siguió pautas argumentativo prescriptivas. Además de que esta intención unificó la heterogeneidad del texto autonomista, esa estrategia de uso y apropiación de los discursos devuelve la atención a la cotidianidad social en que los usuarios se encontraron con los textos y al diálogo que la noticia activó en la conversación intersubjetiva. El carácter interclasista de las manifestaciones aragonesas sugiere en ese contexto de consumo que, aunque Chomsky las considere políticamente inmovilizadas (Ibid), las clases populares leyeron el acontecer en línea con el valor identitario de los discursos dominantes y eso hizo posible la participación de uno de cada diez aragoneses (4.1.2.3):

[...] un sentimiento de derecho que nace hoy y nacerá mañana, lo mismo que nació hace tantos siglos, derecho inagotable e imborrable que identifica nuestro ser histórico con nuestra voluntad de ser más libres (Gastón. E. *Manifiesto movilización* 23.4.1992).

"En Navarra y Cataluña crece menos el paro que en el Aragón de ahora, entre otras causas, porque ambas comunidades disponen de más y mejores recursos políticos para decidir en el día a día de las cosas" (Fatás, G. *23 de abril*. Heraldo. 1.4.93. Artículo opinión).

"[...] este debería ser el territorio del anclaje [...], la función de Zaragoza y Aragón de toda la vida, que es [...] hacer de elemento centrípeta [...] puede haber un discurso autonomista casi radical y sin embargo al nacionalista le veo esas connotaciones negativas independientemente de la intención del PAR (Fatás, G. *Café con pólvora*. Radio Zaragoza, 21.4.93).

La fuerza con que estos discursos sociales interpelaron a los sujetos en su identidad activó la capacidad que Martín Serrano (1992) otorga a la comunicación pública para promover o revitalizar las representaciones colectivas. Pero, dado que los efectos de los textos culturales están más relacionados con las condiciones de su consumo que con las estructuras de sus textos (Morley, 1993, 1997), esa capacidad del texto autonomista para conmover a una parte de la sociedad aragonesa dialoga más con el impacto que en ellos causaron en ellos los marcos culturales u otros procesos contextuales (Grandi, 1995). En 1992 el interés de los aragoneses por la información política quedaba por debajo de la media española, siendo la televisión el medio preferido por los aragoneses para ese tipo de información (Chueca y Montero, 1995: 174). Además, el 58.2 de los aragoneses decía creer mucho o bastante en la prensa diaria y el 62.4, en la radio; aún así, el 71.6 de los lectores habituales de Heraldo admitía creer mucho o bastante en ese periódico, igual que el 66.5 en el caso de El Periódico. En Zaragoza ciudad se reconocía a la radio como el medio más influyente, mientras que la

prensa sólo lideraba la influencia en quienes habían cursado estudios universitarios (Ansó, 1992: 202). Igual que avisan de la capacidad para persuadir e influir en las conductas de algunos medios aragoneses que lideraron la discursivización de este acontecer, como Radio Zaragoza o Heraldo, estos datos confirman que la generación de ilusión y consentimiento a través de un sentimiento identitario derivó de las condiciones en que se consumió este texto, pero también de la historia social de la audiencia.

Mattelart (1993: 167) detalla que en las crisis sociales los medios se proponen como garantía de seguridad. El grado de tensión institucional que acompañó tanto al debate autonomista como a la polémica audiovisual facilitó que algunos medios y sectores populares hicieran efectiva ese tipo de mediación. De la misma forma, el carácter identitario de la movilización favoreció que los principales discursos (43) recurrieran al lenguaje mítico simbólico (3.2) en lugar de al informativo denotativo, ya que, como apunta Colombo (1976: 92), aquel facilita que el presente integre el pasado y, además, prometa continuidad en el futuro (4.1.2). Incluso, el grado de exacerbación que alcanzaron tanto el conflicto autonomista como el malestar televisivo explica, primero, que los discursos tendieran menos a la descripción del mundo que a su comentario o que, confirmando el carácter argumentativo prescriptivo de este texto, pretendieran conducir a los sujetos hacia determinados preceptos incluso cuando, como dice Colombo (1976: 92), evitaron dar a estos una formulación explícita. Y, segundo, ilumina las tendencias a un lenguaje autoritario que, al hacer de la reivindicación una forma de pensamiento único (4.1; 3.2), redujo la polifonía a una visión bipolar donde los relatos dominantes transformaron a sus actantes en "héroes" y cantan "su victoria frente al mal" (Perceval, 1996: 42). Como la coherencia y credibilidad de la fuente devienen en un soporte básico para la convicción (Costa, 1992) hasta el punto de que para cualquier persona e institución una imagen pública sin relieve o atractivo es como una piedra de molino atada al cuello (Hartley, 1992), el débil perfil social del Gobierno que presidía Felipe González y, también, del PSOE restó eficacia a sus mensajes y facilitó que perdieran esta batalla por el poder en el interior del signo (4.1.2; 4.1.2.1).

Pero, si todas estas marcas enunciativas explican algunos aspectos que propiciaron esa adhesión social, esta reenvía sobre todo a la memoria social acumulada por efecto de otros textos sociales y al diálogo que el texto autonomista estableció con ese imaginario comunitario (ver 3, 4.1). El topic de la relación secular entre Aragón y el Estado, o en otras palabras la reticencia de una parte de las élites sociales hacia la centralización política y al olvido que esta ha supuesto para los problemas aragoneses (3; 4), aportó tanto al encuentro de los sujetos con el texto autonomista que condicionó la posible democracia semiótica o las lecturas preferidas provocadas por los discursos institucionales y mediales. Concebido como un todo de significado indeterminado, este texto social se alimentó también de otros topic que se remontan más allá del estado unitario español, como la soberanía política del Reino de Aragón o la compleja relación de lo aragonés con lo catalán. Estas intertextualidades no sólo

extendieron la vivencia social del tiempo. También, dejaron claro que, cumpliendo el anuncio de Kristeva (1974: 59), este texto constituyó una etapa dentro de un proceso social concreto y complejo. Su valor cultural (44) evidencia ese carácter de eslabón de una cadena secular que afecta a la conformación de la sociedad aragonesa como comunidad. Pero, sobre todo, avisa de que este pervive y sigue construyéndose a lo largo de lo social actual, sin perder por ello su unidad de sentido ni de interpretación, tal como pide Larsen (1993: 150) al texto:

"¿A quién pretende engañar o amedrentar el ministro, Sr. Borrell? [...] El Ministerio de Obras Públicas está atemorizando y engañando a este país, sembrando además la peligrosa semilla de la discordia entre pueblos y entre cuencas" (Marcuello, J.R. Comentario Hora 14, Radio Zaragoza, 15.1.92).

"No ha habido otro ministro que haya dado, desde [...] Joaquín Costa, un impulso a la construcción de obras [...] creo que, en el caso de que las necesidades de esta comunidad estuviesen plenamente satisfechas, de la misma manera que se demanda solidaridad en términos de renta, debería ejercerse en los temas de recursos naturales" (Borrell, J. "Después de Costa he sido quien más ha impulsado las obras hidráulicas en Aragón", Heraldo, 19.4.98).

"Han pasado 14 años desde que la Ley de Aguas (1985) ordenaba la planificación de los recursos hídricos del país. Si se hubiera cumplido ese mandato, los planes hidrológicos de cada cuenca aprobados ayer ya deberían estar en proceso de revisión. [...] Los conflictos surgidos durante la fuerte sequía del periodo 92-95 y el cambio de Gobierno han demorado el consenso necesario" (El País, *El Gobierno aprueba el reparto del consumo del agua en las grandes cuencas*. 25.8.98: 19).

"El acercamiento entre aragonesistas y socialistas ha llevado a hablar de la posible DGA, en la que el PAR no querría a ningún político de la era Marco" (El Periódico, *La dirección del PAR apuesta por el PSOE*. 21.7.99: 2).

"Tocino [...] dió a entender que las diferencias entre las comunidades [...] donde hay excedentes de agua y las que recibirán los trasvases no se han superado, como ocurrió en la etapa socialista" (El País, *El Consejo del Agua estudiará en septiembre el Plan Hidrológico*, 28.7.99: 22).

Esa productividad permanente del texto explica que nunca exista un encuentro inaugural entre un texto y su espectador, porque, en palabras de D. Dayan (1997: 28), aquel ha sido leído ya con anterioridad por alguien y por tanto su recepción es siempre secundaria. Pero, al mismo tiempo, aclara que cada lectura está en condiciones de alimentarse de otra anterior, conformando un permanente reenvío que incide en los límites y en la producción del texto. En este caso, como relatores del acontecer, tanto el Gobierno Central (45) como el Autonómico o los medios estatales y

aragoneses demonizaron al antagonista mediante una enunciación narrativa subjetivizada, cargada de función emotiva (3.2.1). El fracaso persuasivo de quienes defendían el Pacto Autonómico o el Plan Hidrológico no desmiente la capacidad argumentativo de su discurso ni la veridicción de sus ideas. Más bien, evidencia que otros aspectos enunciativos y, sobre todo, contextuales y extratextuales determinaron una apropiación y reconocimiento de los discursos por parte de los grupos populares contrapuesta a sus mensajes. De hecho, esa interacción de los discursos productores del texto con las condiciones materiales en que este se producía y la intertextualidad que activaba confirmó los principales topic del texto y su dependencia respecto al supertema de la pugna por la gobernabilidad de Aragón. Al ofrecer una lógica desde la que dar sentido a las diferentes partes del texto, condicionaron la significación a que, como reclama Mehl (1997) para cualquier texto de la cultura de masas, fue leído en su conjunto más que en sus partes. Pero, sobre todo, cerró el texto, a la manera que exige Hernández (1996), "con una fuerte dependencia constructiva".

### **3.1.1. Del acontecer al acontecimiento**

Al defender que la realidad es múltiple, T. Velázquez (1992: 24) distingue entre la que contiene las propiedades físicas de las cosas y la apropiación que de aquella hace el sujeto a través del lenguaje. Aunque reconoce a esa primera realidad independencia respecto a nuestra volición, anota que en la vida cotidiana lo real se materializa en la medida que es aprehendido, interpretado, por los diferentes sujetos (Ibid, 25). Por tanto, como un mundo intersubjetivizado (Ibid, 26). A diferencia del discurso empirista que afirma, ya no la autonomía, sino la primacía de la realidad positiva, esta visión culturalista se apoya en que "no podemos escindir, en la interpretación de un hecho, lo real de lo que fue percibido como real. Es decir, la fantasía y lo objetivo son parte de la realidad, forman el todo que la conforma" (Perceval, 1996: 32). Cuando habla de la historia del siglo XIX, Barthes (1970) destaca que ni siquiera la relación pura y simple de los hechos puede tomarse como significativa de lo real. De ahí que, si la realidad social sólo existe desde los sujetos y los discursos, la comunicación deje de ser una realidad de segunda mano para convertirse en la única realidad social. Esa que, sea material y tangible, se explicita sólo en forma de textos, imágenes y símbolos o se trate de hechos o ficciones (46), es esencialmente fabricada. Aplicando este discurso a lo medial, Durham Peters y Rothenbuhler (1997: 28) contestan a quienes, desde posiciones críticas o sencillamente posmodernas, han propugnado que lo masivo veda o anula social que, "lejos de destruir la comunicación", los medios revelan sobre todo "la construcción de la realidad" y la "realidad de la construcción".

Desde esa perspectiva, la comprensión de lo mediático y lo masivo pasa, primero, por asumir que su principal materialidad social a lo largo de este proceso colectivo se concentró en su papel de constructores de lo real; y, segundo, por hacer visible el conjunto de mecanismos profesionales, sociales, lingüísticos y tecnológicos que utilizaron para socializar el acontecer y mutarlo en



acontecimiento (47). Como señalan Durham y Rothenbuhler (1997), "las comunicaciones masivas colocan imágenes en el lugar de los hechos y relatos en el lugar de la verdad" (Ibid, 28). Por tanto, sobre esas imágenes y relatos descansa la labor constructiva que, mediante el uso la noticiabilidad y de su papel institucional, llevaron a cabo el sistema medial aragonés y, en menor medida, los principales medios de ámbito estatal. Dado que lo social implica una construcción discursiva, el interés por la relación entre el signo y la referencia no desaparece, pero se reubica porque, como anotan Durham y Rothenbuhler (1997: 34), los problemas de verdad devienen en cuestiones de forma, de ingeniería constructiva. Si seguimos a Van Dijk (1993), la comprensión de lo noticiero no deriva tanto de la fidelidad con que reprodujo su referencia como del uso de sus dispositivos discursivos que hicieron los medios para fabricar la noticia (Van Dijk, 1993). Y, dado que se ha reconocido un liderazgo social a los medios aragoneses en la construcción de este acontecer colectivo, adquiere valor también la relación que esa construcción mediática de lo real mantuvo con la fabricada por los demás discursos sociales con los que coexistió. De hecho, cumpliendo la predicción de Martín Serrano (1992) para el acontecer público, esa construcción mediática ejerció determinaciones ya probadas, tanto en la forma de los relatos como en la tematización del acontecer (3.1), sobre las demás discursivizaciones que se pusieron en juego e intercambiaron a través de la comunicación social:

*Crisis económica, autonomía y agua centraron la comparecencia de Eiroa* (Diario del Altoaragón, titular resumen de la intervención).

*Eiroa: "no tengo que explicar a nadie el convenio de la TV"* (Heraldo, titular de apertura de edición y de la crónica parlamentaria).

*La televisión pone a Eiroa contra las cuerdas* (ABC, titular portada de páginas aragonesas), *La sombra de ilegalidad del acuerdo DGA-A3 planea sobre las Cortes* (titular crónica parlamento).

*PSOE e IU piden hoy la dimisión de Biel y la anulación del acuerdo con A3 TV* (Diario 16 Aragón, abre primera).

*Eiroa: "La puesta en marcha de la tele es irreversible"* (El Periódico, abre primera); *Eiroa dice que la 'tele' era la única salida* (titular discurso).

Estos titulares de los medios escritos (7.7.93) textualizaron la intervención del Presidente de Aragón en el Debate sobre el estado de la Comunidad Autónoma. Como inicio de la polémica por la televisión, estos relatos denotan la combinación de información y opinión, la preeminencia del lenguaje figurado y melodramático, el recurso enfático a códigos tipográficos o el uso de la retórica de la verosimilitud. Incluso sugiere un tipo de contrato enunciacional marcado por la espectacularización de lo real que, cumpliendo el aviso de Collins (1994: 79), afectó al criterio de selección de la realidad que presupone la noticia o a la relación del discurso con la referencia. De hecho, este tipo discurso dialoga con la

tendencia de las audiencias aragonesas a creer a su medio habitual menos en función de su veracidad que de su seriedad o independencia: El 10.3 de los lectores de Heraldo ligaban esa credibilidad a la veracidad de sus noticias, mientras que el 27.5 decía creerlo por su seriedad; en el caso de El Periódico, esos porcentajes alcanzaban, respectivamente, el 18 y el 28% (Ansó, 1992: 215). Este tipo de relación parece propició para que, como sucedió en la movilización autonomista, la noticiabilidad deviniera en interpretaciones esquemáticas, reductivas, del acontecer y en un lenguaje asertivo, bien distinto de la noticia como instrumento de cambio y confrontación de experiencias que dibuja Colombo (1976: 62). En el inicio del conflicto televisivo esas estrategias discursivas se hicieron aún más intensas y, si se atiende a la diferente tematización entre el Diario del Altoaragón y la prensa de Zaragoza, se explicitó que la presentación de los hechos estuvo al servicio de las actitudes, valores e intereses de las empresas informativas.

La reivindicación por la autonomía se situó en la agenda social de debates a partir de la forma en que Diario 16 tematizó, en los primeros días de marzo de 1992, la oposición que el PSOE había expresado a que se celebrara una manifestación en favor de la autonomía plena (3.1). Hasta entonces, la mayoría de los medios habían demostrado escepticismo, a la manera de El Periódico que llegó a hablar de "miedo escénico en El Pignatelli" (11.3.92), o escasa valoración, como Heraldo recordó que apenas consideró noticiosas las primeras actividades de la Mesa. Por su parte, el convenio para regionalizar una franja horaria de Antena 3 TV durante tres años devino en conflicto empresarial y político desde el momento en que los medios que se consideraron perjudicados, de forma especial Heraldo (*La DGA pagará 1.500 millones anuales por privatizar su TV*, 2.7.93; *Dudas legales sobre la televisión*, 3.7.93), lo tematizaron ligado, sobre todo, al despilfarro y a la corrupción. Asumiendo el complejo *background* que incide en cómo la comunicación de masas selecciona y codifica lo real (Wolf, 1991), este tipo de discursivización indica una tendencia a la hiperbolización del acontecer y al esquematismo que adscribe la narratividad de los medios aragoneses a la matriz simbólico dramática, en detrimento de la racional lógica (Martín Barbero, 1993). Como el estilo se convierte, por encima incluso de sus contenidos, en el medio a través de los cuales se explicitan la naturaleza de los discursos, la identidad de los sujetos y las relaciones de poder (Beezer, 1994; Hall, 1998), esta forma mediática de contar reenvía a relatos más míticos que históricos, más de ficción que informativos (3.1; 3.1.1.3; 4.2.1.2).

De hecho, un seguimiento de los formatos, modos narrativos y tipos de discurso usados por los medios para mutar en noticia lo real demuestran el predominio de lo dramático, lo retórico y subjetivo sobre lo narrativo, lo informativo y lo objetivo. Al margen de la necesidad institucional de los medios de presentarse como vehículo de lo real (Barthes, 1970), la codificación noticiosa del acontecer abundó tanto en la interpretación y en la valoración desde la posición institucional de cada medio (Heraldo, *El coste del convenio televisivo se dispara*; Diario 16; *El coste del convenio de TV se*

*dispara* [abren edición]) que sacrificaron los componentes narrativos o descriptivos de carácter explicativo para ponerlos al servicio de intenciones argumentativas, cuando no prescriptivas (23.4.93: El Periódico, *Aragón sale hoy a defender su futuro*; Heraldo, *A la calle de nuevo* [abren edición]). Si seguimos el fragmentarismo narrativo, es decir aquello que se seleccionó o dejó fuera del relato, y la semantización del acontecer que supusieron los titulares y encabezamientos de diarios o programas se hace visible el valor ideológico de algunas tomas de posición que, como apunta Velázquez (1992), se recubrieron de discurso objetivo o de una neutralidad que, validando a Schíller (1974), encubrió acciones intencionadas y saturadas de valores. Incluso, la recurrente tematización medial de ambos conflictos (48) sugiere la demonización a que fueron sometidos quienes defendían posiciones diferentes a las que ese medio auspiciaba (4.1.2; 4.2.1.1): Siguiendo los modelos de Propp (1977) y Bremond (1970, 1972), cada medio identificaba el mejoramiento a obtener o la degradación previsible (49) con su lectura de los intereses colectivos y atribuía funciones, como la Agresión, o actantes, como el Oponente, a los agonistas que personifican puntos de vista opuestos a los suyos (3.2.1):

"[...] Después de la batalla vendrán, a buen seguro, las lamentaciones y las excusas, pero sepa de antemano quien anda jugando con fuego en mitad del chaparral - tal y como sentencia una famosa jota de Aragón -, cuando al verlo ardiendo lo quiere apagar, a lo mejor es ya demasiado tarde" (Marcuello, J.R. Radio Zaragoza. Hora 14. 9.9.92 [comentario de entrada]).

"[...], PSOE y PP están siendo jesuíticamente presentados ante la opinión pública como adversarios de la autonomía plena de Aragón, a través de una campaña redentorista que apela a las pasiones más elementales del pueblo aragonés, a quién permanentemente se excita con el fácil sentimiento de desigualdad que sufre nuestra región frente a otras más ricas". Luis Fernández Ordóñez, *¿Por quién doblan las campanas?*. D 16, 23.3.93).

"[...] un acuerdo de colaboración novedoso y pionero entre una institución pública y una empresa privada [...]. Será la primera vez que nuestra comunidad cuente con un servicio llamado a contribuir en la vertebración cultural y social de la identidad aragonesa [...] puede colaborar decisivamente en la superación de barreras indeseadas que ahora distancian a los aragoneses" (El Periódico, *Un acuerdo positivo*, 3.7.93).

"[...] Su prioridad nos parecía más que dudosa y su viabilidad [...], casi imposible. [...] el acuerdo con Antena 3 [...] es, además, un mal sucedáneo de aquello que se decía tan necesario para 'vertebrar Aragón' y que ninguno de los gobiernos nacionalistas en que el PAR tanto dice fijarse aceptaría.[...]" (Heraldo, *Un fiasco televisivo*, 2.7.93).

El hecho de que todos los días desde el 29.6.93 hasta el 7.9.93, fecha en que se anunció la moción de censura, Heraldo diera relevancia al conflicto televisivo y que, con frecuencia, abriera edición con esas noticias sugiere que, en su valoración, la comunidad no tenía otro problema o interés más

importante que aquel, pese a que en esos meses emergió en las economías europeas la recesión del periodo 93-95. En la medida que esa saturación de editoriales, comentarios y sueltos o esa jerarquización obsesiva se diera también a lo largo de los meses de reivindicación autonomista avisa, siguiendo a Van Dijk (1993), de que esas macroproposiciones guiaron la comprensión social de estos textos al mismo tiempo que activaban determinadas asociaciones en su imaginario. De esa forma, la centralidad de lo mediático posibilitó que la saturación de sus mensajes sobre los aspectos más polémicos del debate político (50) o la intensificación de sus registros discursivos generalizaran el uso de lo dramático y connotativo en los demás discursos y que el encuentro de las audiencias se produjera en un contexto emocional e identitario. Los medios no causaron el enfrentamiento entre quienes se oponían o defendían el Pacto Autonómico ni convocaron las manifestaciones; tampoco firmaron el convenio televisivo ni presentaron la moción de censura. Sin embargo, tanto la movilización autonomista como el convenio audiovisual se convirtieron en malestares sociales (51) a través del discurso noticiero de los medios aragoneses.

Curran (1998: 237) atribuye a los medios capacidad para generar "un pánico de la moral" colectiva alrededor de la cuestión social que puede devenir en un malestar social. Para ello, resulta necesario que las actitudes sociales plurales o divergentes, contexto habitual de la socialidad, deriven en un discurso unánime (Ibid, 237) al que contribuyen los medios con sus definiciones selectivas de la realidad (Ibid, 238). Antes de que ciento cuarenta organizaciones sociales apoyaran la convocatoria, el Arzobispo de Zaragoza (9.4.92), los medios construyeron su relato sobre la primera manifestación a partir de la división interna del PSOE y de las presiones que recibía A. González Triviño, entonces alcalde de Zaragoza, para que no acudiera al acto y a partir de las críticas a la demanda autonómica que pronunciaban dirigentes socialistas o altos cargos de la Administración Central. En el primer caso, la agresión a lo aragonés la personalizó J. Marco, Secretario General del PSOE; en el segundo, F. Peña, Secretario de Estado para las Administraciones Públicas. Aunque el PSOE reiteró acusaciones de partidismo, falta de contenido político y abertzalismo hacia la iniciativa, el apoyo que los medios dieron a unos discursos y el que negaron a otros propició que fuera construyendo una imagen de aislamiento social del PSOE (ABC, *Marco se queda solo*, 21.4.92) y de aumento del apoyo social a la manifestación (Diario, 16, *Los sindicatos llaman a todos los trabajadores de Aragón a pedir la plena autonomía el día 23*. 21.4.92).

Cuando analiza los malestares sociales, Champagne (1993: 74) encuentra en ellos situaciones extremadamente tensas que suelen desencadenar otros incidentes. En el entorno del 15-N el Presidente del PAR afirmó que, si la demanda autonomista aragonesa no era aceptada, podían aparecer grupos violentos que la reclamaran; en la manifestación de 1993 el Presidente de Aragón anunció su intención de convocar un referéndum en favor de la autonomía plena. Como, de todo lo que sucede y afecta a la sociedad, la comunicación social y la masiva seleccionan una parte y la

ponen en circulación a través de sus discursos (Wolf, 1991), la tematización medial de estas conductas y discursos determinó que, dentro del *issue* generado por la autonomía plena, la reivindicación añadiera a su valor identitario propuestas nacionalistas (4.1.2) e, incluso, propició un grado de movilización política (52) que afectó al reparto del voto en las Elecciones Generales de 1993. No obstante, los efectos sociales de esa noticiabilidad se revelan limitados: Ninguna de las dos predicciones anteriores pasaron del valor simbólico que le dió su amplia noticiabilidad (4.1.2.3); tras la moción de censura, no disminuyó el apoyo a la televisión autonómica y el silencio explicitó la pasividad social (4.2.1.1). Incluso cuando los medios forzaran la realidad al noticiarla (Diario 16: *Socialistas históricos se suman al 23A y piden al PSOE que apoye la plena autonomía*, 19.4.92; 14.7.93) o utilizaran esta para construir un acontecer inexistente (Heraldo, *El debate del Estado de la región será televisivo*, 5.7.93; ABC, *El Justicia estudiara la 'liquidación' de la TVA*, 16.7.93), las audiencias se resistieron a los mensajes mediales e institucionales: Por encima de algunos cambios en las creencias y las conductas (4.1;4.2), estos mensajes más bien confirmaron los estereotipos iniciales, tal como afirma Curran para los efectos mediales (1998: 237):

Sermómetro Estudio de Guardia, Radio Zaragoza: 1010 llamadas a favor de la manifestación; 76, en contra (20.4.93).

Encuesta de Onda Cero. 9 llamadas al azar. 2 no saben que haya una manifestación; los demás a favor de que se celebre (21.4.93).

"Seguramente, la gran mayoría de los aragoneses es partidaria de que Aragón consolide su autonomía estructural, [...] esa gran mayoría rechaza la desigualdad regional [...], pero me resisto a creer que [...] acepten para tal reivindicación una estrategia de 'tensión numantina' [...] Es evidente que una minoría política, transfigurada de integrismo nacionalista, no puede asimilar intelectualmente estas sutilezas". Luis Fernández Ordóñez, *¿Por quién doblan las campanas?*. D 16, 23.3.93).

"Pese a algunas reticencias iniciales, la demanda de Autonomía Plena alcanzó tal unanimidad favorable en los medios de comunicación aragoneses que eso favoreció el enorme apoyo popular logrado. Me atrevería incluso a afirmar que, en gran medida, los propios medios de comunicación llenaron de significado el concepto de autonomía plena" (Eiroa, 1995: 18).

En cualquier caso, esta forma de interpelar a los sujetos desde los discursos produjo, como señala Curran (1998: 239), una modificación o un realineamiento de las actitudes sociales. En los últimos días de marzo de 1992 sólo el 25,1 de los aragoneses sabía que el Pacto Autonómico era un acuerdo político para transferir competencias (Malo de Molina, 1992a); un año después el 54 % se decía dispuesto a participar en un referéndum sobre el grado de autogobierno, llegando ese porcentaje al 78 % en el caso de votantes declarados del PAR (Ansó, 1993b). Más allá de los ideologías

profesionales que mediaron la codificación y de los valores o estrategias de quienes, como fuentes o redactores, discursivizaron mediáticamente el acontecer, esta relación causativa entre aquel campo discursivo dominante y este clima social de opinión sugiere que, además de la memoria episódica que se activó, los sujetos produjeron sentido, a la manera apuntada por Morley (1994; 1997), en función de las condiciones de consumo y a partir de determinados repertorios interpretativos. Según Curran (1998: 239), este tipo de malestares conforman un circuito cerrado, en el que medios y audiencias se refuerzan mutuamente, endureciendo las creencias y los modelos de comportamiento ya existentes. En este caso, el apoyo de los medios y las audiencias a la demanda autonomista e, incluso, la forma identitaria de darle valor y vivirlo (4.1) no evitó que unos y otros mantuvieran sus reticencias hacia cualquier tipo de formulación nacionalista. De hecho, en su empeño por disolver la movilización, el PSOE tiñó de radicalismo la reivindicación aragonesa (53), aprovechando la noticiabilidad internacional (Heraldo, *El Gobierno Central compara el 15-N con la explosión nacionalista europea*, 17.11.92; El Periódico, *El Secretario del PSOE relaciona a IU y PAR con el fascismo*, 18.11.92 [los dos abren edición]).

Champagne (1993: 67) destaca que en los malestares sociales a los dominados "se les hace hablar, más que darles la palabra" y, cuando hablan, suelen adoptar el discurso dominante que las clases hegemónicas "usan para hablar de sí mismas". También Curran (1998: 212) anota la tendencia del sector hegemónico a usar los malestares para reproducir su poder y la oportunidad que los medios les ofrecen en ese empeño por su capacidad para retorcer la realidad y propiciar tomas de conciencia engañosa (Ibid, 204). Asegurado el apoyo social a la primera manifestación, la mayoría de los diarios y emisoras de radio afirmaron su éxito (22.4.92. Heraldo, *Amplio respaldo social a la manifestación autonómica*; El Periódico, *Eiroa ya se cree ganador de la batalla del 23 A*; Diario del Altoaragón, *Eiroa cree garantizado el éxito de la manifestación*), al mismo tiempo que daban la voz a quienes apoyaban el acto (Radio Zaragoza, 21.4.92; Heraldo, 19.4.92) y silenciaban (54) aquellos aspectos que podían retraer la participación ciudadana (23.4.92. Heraldo, *Todos por la Autonomía Plena*; El Periódico, *Aragón toma hoy el pulso a su fuerza autonómica*; El Día, *Aragón se echa a la calle hoy para exigir la plena autonomía*). En cambio, la concentración ante el Congreso incluyó un ataúd representando al Pacto Autonómico muerto y otro rotulado bajo el lema "Marco y su banda". Además de enfatizarlos (ABC, 20.11.92), los medios relacionaron esas conductas con el conflicto etnonacionalista de los Balcanes. Esa recontextualización se completó con la cobertura dada a un Seminario sobre nacionalismos que tenía lugar en Zaragoza (Heraldo, 15.11.92: *La explosión de los nacionalismos* [cintillo a página] Salvador Giner, *"Existe una politización feroz de la vida"*; Angela López, *"En España es viable y posible ir hacia el federalismo"*).

La noticiabilidad construyó, pues, un tipo de malestar social limitado, que no puso en cuestión los valores de la dominación social. Más bien se cumplió la tesis de Curran (1998: 237) de que, cuando

responden a un malestar previo de la comunidad, estos acontecimientos suministran "un foco para las frustraciones y los descontentos" que, al final, refuerzan "actitudes ya existentes". El contexto de comunicación que dominó los discursos facilitó un uso recurrente de la apelación emotiva o la renuncia a la argumentación conceptual y lógica en favor de la persuasión pasional, catártica. La contribución de los medios a ese clima social de opinión recuerda lo dicho por Champagne (1993: 61) de que, si hay condiciones previas para que se cree un malestar social, este se transforma desde el momento en que lo tratan los medios. En este caso, el sistema medial aragonés demonizó a los partidos estatales y estigmatizó el centralismo, cumpliendo el papel que les asigna Champagne (1993: 72) de contribuir fuertemente a la estigmatización, incluso de forma involuntaria. La metáfora del botijo demuestra que ese estigma va más allá de los actores públicos; alcanza a las sociedades o territorios que participan en los malestares sociales, como prueba que durante la polémica sobre el agua renovara la ruralización de lo aragonés que caracteriza a su regionalización dentro de lo español (4.2; 4.2.1.3). Pero, si estos discursos facilitaron que las audiencias se vivieran como comunidad imaginada con atisbos etnonacionales (4.1.2), esa forma social de vivir el acontecer se alimentó también de la fuerza que el sentimiento de menosprecio por parte del Estado mantenía en el imaginario colectivo (4.1; 4.2). De una u otra forma, los mismos medios y las instituciones se apresuraron luego a diluir el carácter radical y nacionalista de la convocatoria, por tanto a mitigar su rebeldía política:

*Biel considera que los que no estén en la manifestación del 23A no podrán presentarse a las elecciones, (Diario de Teruel, 15.4.92); Quién no vaya a la manifestación del 23A nunca presidirá la DGA, (El Día, 19.4.92 [Ch. Breñal]).*

*"Si el PSOE y el PP van a la marcha del 23A, sobramos unos u otros", (Diario del Altoaragón, 21.4.93 [N. Caudevilla, PAR])*

*IU: "Ya vale de hacer el circo con la manifestación del 23A, (ABC, 3.4.93); "A algunos no les daremos la mano el 23A", (Diario 16, 1.4.93 [J. Marco])*

*Eiroa: "El 23A no será abertzale y nacionalista", (El Periódico, 19.3.93); Eiroa garantiza que la manifestación del 23A no será nacionalista ni separatista, (Diario 16, 19.3.93).*

En los malestares sociales la lucha se sitúa principalmente en el terreno medial y tiende a permanecer en ese plano (Champagne, 1993: 75). Desde esa perspectiva, las tomas de posición de los medios y su forma de discursivizarlas se revelan políticas, en la medida que, tal cual anota A. Beezer (1994: 131), personificaron el grito de una subcultura que buscó afirmar su identidad leyendo la cotidianidad social desde un sentido comunitario (Bolea, J. *Mañana podemos ser, al fin, aragoneses*. Diario 16. 22.4.92). Estos usos de la noticiabilidad pusieron en juego, siguiendo a Fiske (1989), la capacidad de los medios para generar identidad colectiva e, incluso, para transmutar, según Martín Barbero (1993: 179), "la idea política de nación en vivencia, en sentimiento y cotidianidad" mediante

un discurso masivo que "hace soñar a los pobres el mismo sueño de los ricos". Ese papel de vanguardia identitaria (4.1.2.3), en un caso, y de directores del malestar social (4.2.1.2), en el otro, no sólo revela la exacerbación identitaria de una parte de la sociedad; también hace visibles el espesor institucional y empresarial de los medios, así como la estrecha ligazón que mantuvieron con el sistema político y el resto del tejido institucional. De hecho, la imbricación entre el Gobierno de la Comunidad Autónoma y las principales empresas informativas del sistema medial aragonés (55) confirma que se hizo efectiva la permeabilidad mediática al discurso de las instituciones y de algunos partidos, permitiendo, como apunta Hall (en Curran, 1998), que los poderosos fijaran, como fuentes, el campo de referencia en el que se interpretó y tuvo lugar el debate.

Trasladando esos mecanismos de tematización a la vivencia identitaria del conflicto, ese uso de la noticiabilidad se revela ideológico porque, al ligar la autonomía plena a promesas de futuro o a la armonía social, satisfizo aspiraciones sociales, pero, sobre todo, enmascaró intereses particulares. Cuando analiza el valor ideológico de la identidad (56), Touraine (1994) señala varios usos en los que la identidad cultural sirve de pantalla a lo real (4.1). Esta forma de discursivizar lo identitario desde los medios y las instituciones sugiere que a lo largo de este texto se actualizaron, al menos, dos de esos usos: Por un lado, la defensa que partidos, instituciones públicas, organizaciones sociales y medios hicieron de la identidad aragonesa devino en estrategia para rentabilizar mejor sus intereses corporativistas (3.1.1; 4.1.1.3); y, por otro, ese empeño por estructurar su relación con la sociedad a través de esta vivencia identitaria del acontecer denota un cierto deseo de las élites sociales por instrumentalizar la realidad, a costa incluso de falsearla. De hecho, demostrando que en los malestares sociales los medios "no se limitan a registrarlos, sino que realizan un verdadero trabajo de construcción del sentido que depende en gran medida de sus propios intereses" (Champagne, 1993: 61), tanto la autonomía plena como el convenio audiovisual devinieron en productos masivos que los medios usaron para reforzar la fidelidad de sus públicos o aumentar su mercado. El control de la Oficina para la Justificación de la Difusión prueba que las dos movilizaciones autonomistas de 1992 coincidieron con los meses en que más se incrementaron las tiradas de los principales diarios aragoneses.

Además de que algunos medios aprovecharon las movilizaciones para hacer autopromoción (*La manifestación del 23 A fue en el globo de El Periódico*. A 3 cols y reportaje fotográfico. 24.4.93) y marketing editorial (Heraldo, *El pueblo no rebla*, 23.4.93 [editorial]; *El Periódico se vuelca con el 23 A* [en portada], 23.4.92), esta conversión de la información en negocio mediático añade matices a algunas pautas discursivas, como el énfasis tipográfico para llamar la atención, la abusiva jerarquización de estos acontecimientos en editoriales o primeras páginas, la intensificación emocional del relato o el empeño por mantener el interés de la serie narrativa. Si se atiende a la clasificación por facturación de los diarios españoles de la Revista Campaña (1-30 de septiembre 1992. nº. 413-4),



Heraldo ascendió del 26 en 1991 al 16 junio de 1992, habiendo facturado en seis meses 891 millones [928, en todo el año anterior] y El Periódico pasó de ser el 59 a ocupar el puesto 48 con una facturación de 284 millones [337, en 1991]. Leído en términos de intercambio comercial, este dato permite inferir que, además de poner de moda lo aragonés y de generar sentimientos tímicos entre los aragoneses (4.1.1), el discurso de la autonomía plena propició un auténtico intercambio comercial entre los medios y las audiencias. Por ello, como la persuasión necesita del previo descubrimiento y adecuada interpretación de las actitudes e intereses de la persona a persuadir (Herrero Arconada, 1989), los medios y las instituciones públicas gestionaron discursivamente este acontecer desde una filosofía de demanda (57):

"[...] Hemos preparado numerosos actos *participativos* en las salas y patios del Edificio Pignatelli, la sede del Gobierno, vuestra casa, [...]. Además la Mesa de partidos nos ha convocado a todos a *participar* en una gran muestra de sentimiento aragonés" (Mensaje institucional Eiroa, 92).

*Los aragoneses gobiernan por un día en El Pignatelli* (El Día, 24.4.92. Reportaje sobre el programa *Pignatelli, Espacio abierto*).

"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" (Cuña para radio. Publicidad Gobierno de Aragón. Campaña San Jorge 92 *Somos un gran equipo*).

"[...] autonomistas, integradores, universalistas y solidarios, los aragoneses tornaremos a proclamar que no somos ni más ni menos que nadie, que queremos la autonomía plena que se nos negó hace diez años" (Heraldo, *El pueblo no rebla*. 23.4.93 [editorial])

*Mediocres y el 23 A* (Yusta, Miguel A. Heraldo.1.4.93. Artículo de opinión).

*Pujol y el 23 A* (González, J. A. Diario 16. 1.4.93. Cartas de los lectores). *La amnesia de Marco* (Yuste, A. Heraldo. 6.4.93. Cartas de los lectores).

Esa mediación del mercado en la conversión del acontecer en acontecimiento no sólo determinó los discursos; afectó igualmente a la naturaleza del espacio público en que se desarrolló este acontecer. Cuando enfatiza la importancia de la forma en que la sociedad participa en los procesos políticos, Habermas (1994) concede al espacio público una gran capacidad hermenéutica para comprender la naturaleza de los diferentes procesos sociales. Esos lugares institucionales en lo que se concreta la participación de los ciudadanos en los procesos políticos median la producción de sentido, al mismo tiempo que definen la naturaleza de las relaciones sociales. Recurriendo a episodios recientes, como el ascenso al poder político de Berlusconi o los sucesos europeos de 1989, Habermas ha afirmado la desintegración del espacio público burgués y, por tanto, de los conceptos que lo definían, opinión

pública, ciudadano y voto. En línea con el pesimismo y el determinismo de la Escuela de Frankfurt, anuncia el poder destructivo de una nueva forma de masificación que, al destruir las formas individualizadoras de la intersubjetividad, produce masas de individuos aislados y, por ello, susceptibles "de ser adoctrinados y puestos en movimiento por caudillos plebiscitarios y de ser movidos a acciones de masas" (Habermas, 1997: 155). Partiendo de que se ha configurado un nuevo espacio público moderno y, por tanto, que las relaciones sociales y comunicativas han mutado, Dahlgren (1997: 253) apuesta por comprender las configuraciones institucionales de los medios y del conjunto del orden social, porque en ellas se explicita la colectivización tutelada de los mundos de representación que critica Habermas o la sustitución de la función crítica del periodismo por el espectáculo y del discurso racional por la manipulación e, incluso, la reaparición de elementos del espacio público medieval (Ibid, 249).

Trasladando el discurso de Habermas (58) a este acontecer social, las relaciones comunicativas y los discursos hicieron posible una toma de postura ante un problema colectivo. La implicación de los principales actores sociales, como prueban sus adhesiones a las manifestaciones autonomistas, sugiere incluso la conducta de una sociedad civil que, en el marco del Estado democrático, puso en juego un discurso crítico dirigido a la perpetuación de la comunidad (ver 3.1). Por tanto, las relaciones comunicativas se habrían establecido en el espacio de la comunicación pública "sobre la base de un reconocimiento recíproco" y habrían posibilitado "el uso de las libertades comunicativas" (Habermas, 1997: 155). En ese uso los diferentes discursos actualizaron valores, creencias e intereses de carácter comunitario e interpelaron a la sociedad situando lo aragonés en el centro del conflicto (4.1.1), por lo que promovieron las representaciones colectivas, en línea con las capacidades que Martín Serrano (1992) atribuye a la comunicación pública. Incluso, en su oposición, primero, al centralismo político y a la gestión del gobierno autónomo, después, los medios actualizaron su función crítica del espacio público burgués. Sin embargo, la hegemonía discursiva del espectáculo y de la lógica de mercado en los procesos comunicativos que construyeron esta movilización, sitúan esta en ese espacio público moderno, en el que, según Habermas (1997: 155), los medios devienen en "foros de legitimación plebiscitaria". Dahlgren (1997) sitúa en él la crisis del Estado nación y la gestión de los medios según estrategias de mercado (Ibid, 257), la emergencia de espacios públicos alternativos (Ibid, 259) e, incluso, la propensión de las élites a ofrecerse como espectáculo a las masas (Ibid, 255).

Como estrategia de cambio social, el marketing social actúa sobre opiniones, actitudes o comportamientos y, además, genera adhesión a una idea o práctica social (Kotler, 1971). Partiendo de la colaboración entre medios e instituciones autonómicas, los discursos de ambos actores se revelan complementarios y dirigidos, de forma preferente, a reforzar la participación social en las manifestaciones o el apoyo colectivo a las reivindicaciones, lo que revela esa mediación del marketing social (23.4.93: Heraldo, *El 74,4 por ciento de los aragoneses son partidarios de la plena autonomía*; El

Periódico, *El 62,7 de los aragoneses apoya la plena autonomía*). Por su parte, el espectáculo reenvía a la narrativa de la exageración y la paradoja, de la pasión y la emoción, al mismo tiempo que revuelve ética y estética o sacrifica la búsqueda de la verdad objetiva de los hechos por el código de la ficción y lo imaginario (Martín Barbero, 1993: 259). Si se compara la tematización de los medios aragoneses (D16, 24.4.93: *Zaragoza fue un carnaval autonomista, Se concreto 'el rodillo' del pueblo aragonés; El PSOE brilló por su ausencia; [Bolea, J.] El peligro de morir de entusiasmo*) con la que efectuaron sus homólogos de ámbito estatal (*El País, Manifestación masiva en Zaragoza por la autonomía plena y los trasvases; El Mundo, Miles de aragoneses piden la autonomía para su comunidad; La Vanguardia, Millares de personas piden en Zaragoza la autonomía plena*), se contrasta que unos vivieron aquel acontecer como un espectáculo del que se sintieron partícipes y otros lo percibieron informativamente desde la distancia.

Según Beezer (1994: 129), el discurso del espectáculo genera un mensaje que ordena y estructura todas las demás significaciones. Por tanto, afecta a cómo las audiencias hacen frente a la ideología dominante, aprovechando la ambigüedad y paradojas de la comunicación (Fiske, 1989) o el silencio que neutraliza y absorbe los mensajes masivos (Baudrillard, 1974). Su presencia en los discursos de los medios, y en algún caso de los participantes ("*aderezo matinal de música, globos, bailes y banderolas [...]*", *El Periódico*, 24.4.93) o de los partidos (*El particular vía crucis de la calle Alfonso*, D16. 24.4.93; *Un paraguas fue la batuta del pueblo hacia la autonomía*, *El Periódico*, 24.4.93), explica que aunque, como señala Martín Barbero (1993: 177), el sistema medial aragonés interpelara a la sociedad desde la perspectiva "popular nacional que alcanza a las mayorías" y operara como un "formidable constructor de la nación", en la línea que apunta Curran (1998: 203) al leer la realidad norteamericana, estos intentos de construir un proyecto político identitario o nacionalista (4.1.2) quedó reducido por mor de este espacio público postburgués (59) a la volatilidad y ociosidad de lo masivo. De hecho, la demanda autonomista se disolvió como *issue* del debate social tan pronto como los medios vieron en peligro sus intereses empresariales con el convenio televisivo. Los elementos de rebeldía política frente al Estado dejaron paso a la puesta en juego de las relaciones de poder en el interior de la sociedad aragonesa. Si el malestar autonomista había posibilitado que los aragoneses se vieran y reconocieran como comunidad a través de su sistema medial, el conflicto por el convenio audiovisual hizo aflorar las contradicciones del bloque social impulsor de la movilización autonomista hasta finiquitarlo:

"Un complejo juego de intereses económicos y políticos ilustran el por qué y el cómo se urdió el convenio entre la DGA y Antena 3. Entre otros datos a tener en cuenta figura el hecho de que la citada cadena televisiva estaba a punto de cerrar su Centro regional de Aragón por considerarlo inviable económicamente. [...] El acuerdo entre Asensio y Biel, con la mediación de Acín y el consentimiento de Eiroa, pretendía asimismo sacar al

Gobierno Autónomo del atolladero en que se había metido con su proyecto de televisión pública. [...] El trasfondo de esta escandalosa operación muestra los consabidos ingredientes de avaricia, afán de poder y también de total ineptitud por parte de los políticos que intervinieron en ella" (Heraldo, *Juego de intereses tras el convenio con Antena 3*. 15.8.93. [abre edición]).

"[...] Aragón era un punto negro en el entramado multimedia de Asensio. Además de la delegación televisiva, 'El Periódico de Aragón', integrado en el Grupo Zeta, arrastraba pésimos ejercicios económicos. [...] El convenio DGA-Antena 3, dado a conocer por sorpresa a finales de junio, permite a dicha televisión privada disponer de unas nuevas instalaciones de lujo a un precio simbólico y realizar unas desconexiones subvencionadas multimillonariamente a cargo de los presupuestos aragoneses.[...]. El problema radicaba en las fuertes pérdidas económicas que venía proporcionando la explotación de 'El Periódico de Aragón', un rotativo lanzado con fuerte aparato publicitario y cuyas pérdidas ascienden a más de quinientos millones de pesetas [...], casi la misma cifra neta de negocio" (Heraldo. *Así se fraguó el convenio DGA-Antena 3*, 15.8.93 [abre página 3]).

Estas formas de lo espectacular confirmó, sobre todo en las grandes manifestaciones populares, la reaparición de aspectos de puesta en escena relacionados con el espacio público medieval. La conducta de algunas empresas (Heraldo, editoriales: *Tratos de favor*, 8.7.93 y *Las razones del Heraldo*, 25.7.93), actualizaron la tendencia de las élites a convertirse en espectáculo que, según Dahlgren (1997: 255), comparten el espacio público moderno y el medieval; además, esa manera de explicitar la naturaleza empresarial del conflicto televisivo rompió el mito del secreto y su traslación al ejercicio del poder, tal como Colombo (1976: 37) atribuye a la democracia electrónica (60). Sin embargo, esa sensación de transparencia y de control social del poder enmascaró más realidad de la que reveló (Heraldo, Rotonda, 13.8.93, *¿De quién es el interés?*), por lo que la manera en que se expresó el conjunto del sistema medial (61), lo dicho o callado estructuró ideológicamente sus mensajes (62) y, cumpliendo la predicción de Schíller (1974), también la conciencia social. De hecho, si se atiende a cómo funcionaron otros atributos del espacio público moderno, de forma especial la hegemonía de la lógica mercantil en las comunicaciones mediales y los procesos de transformación de la propiedad de los medios (Dahlgren, 1997: 255), se hace visible que, a diferencia de la demanda autonomista donde los medios usaron la noticiabilidad en función de las expectativas sociales, su discurso en el malestar televisivo siguió la lógica de sus estrategias sociales y su materialidad como poder.

Por tanto, cuando explicaron en editoriales que su actuación no obedecía a los intereses particulares de la empresa, sino que velaba por el bienestar y el progreso colectivo, cuando

esgrimieron que la crisis económica y social de Aragón exigía que los dineros públicos se destinasen a fines más productivos que la televisión o cuando se propugnaron como defensores de la libertad de mercado que rechazaban la modificación del juego de la libre competencia mediante la asignación de subvenciones públicas, los medios se situaron en ese espacio público moderno donde la naturaleza empresarial, la lógica económica, se impone sobre los demás aspectos institucionales de los medios. De esa forma, los medios se alejaron de la racionalidad crítica hacia el poder que Habermas (1994; 1997) les atribuye en el espacio público burgués. Más bien, siguiendo a Dahlgren (1997: 259), se situaron en ese papel represivo de quitar legitimidad a los nuevos movimientos sociales que consideran una amenaza para el sistema (4.1.2.3). De hecho, en su necesidad empresarial y mediática de hacer verosímil su línea editorial a lo largo del conflicto televisivo, Heraldo y Diario 16 acabaron justificando la caída del Gobierno autónomo y de su presidente por "el oscurecimiento de las referencias fundamentales" con que había nacido ese Ejecutivo, entre ellas la autonomía plena (*La moción de censura*, Heraldo, 7.9.93 [editorial]). Por la misma lógica tematizaron el discurso del nuevo Gobierno enfatizando su defensa de la autonomía plena (*Marco promete la autonomía plena sin retractarse de sus críticas al 23 A*, Heraldo, 15.9.93), pese a que anticipaba el final de la reivindicación.

Estas conductas institucionales, y la ruptura del bloque social dirigente aragonés que supuso, confirman el carácter cíclico de las subculturas. Para Beezer (1994: 125), el desorden semántico introducido apenas supone un corte momentáneo en un orden social dominado por la conformidad y el consentimiento. Por tanto, rubrican la hipótesis crítica de que los medios operan como agentes preferentes del combate por la reproducción social, más aún en las crisis que afectan a las bases estructurales de la organización o cuando se pone en juego su naturaleza de empresas mercantiles (Schmúcler y Zires, 1977). Mirando lo que en este espacio público postmoderno hubo de ataque al Estado nación (4.1; 4.2), el sistema medial aragonés operó, primero, cumpliendo el papel nacionalista que Llobera atribuye a los cronistas (63) y, después, como colaborador necesario para la disolución de la movilización identitaria. En lo que tuvo de ruptura del contrato enunciacional, ese viraje de estrategias discursivas y posición institucional (64) se revela aun más retórico porque, al ocultar intenciones y motivaciones, hizo más ambiguos esos textos (Hernández, 1996) y dificultó que las audiencias identificaran el sesgo de algunos mensajes (Pratkanis y Aranson, 1994) o, más aún, que construyeran su sentido en una democracia semiótica (Morley, 1997). En su materialidad institucional, estas conductas mediales actualizaron la difícil relación con lo aragonés vivida a lo largo de los siglos (4.1.1.3):

"El pueblo aragonés [...] necesita, como nunca, prensa fiable, porque en alguna ocasión ha desempeñado el papel de caballo de Troya, sin tener cabal conciencia de ello. [...] Parece, pues, que estamos de acuerdo en que Aragón debe tener unos medios de

comunicación aragoneses y que comenzamos a inquirirnos por el modo de hacerlos viables" (Vidal, 1986: 108).

"[...] Una forma vergonzante de subvencionar a una cadena comercial y de contribuir al estrechamiento del pluralismo informativo. Si la DGA ha decidido privatizar la televisión autonómica, que lo haga, pero en serio [...]. Lo de ahora no es más que sumar el engaño a la equivocación y una oscura forma de entrelazar intereses públicos y privados, salvo que el Gobierno regional haya decidido confundir deliberadamente los primeros con los segundos" (Heraldo, *Un fiasco televisivo*, 2.7.93. editorial).

"[...] La incorporación de otro medio de comunicación al estrecho horizonte que en la actualidad dibuja el paisaje informativo [...]. Los ciudadanos van a disponer de una nueva fuente de comunicación amparada bajo un formato imaginativo [...] La comisión conjunta [...] será la encargada de velar que todo el espectro social y político aragonés tenga cabida en la TV autonómica" (El Periódico, *Un acuerdo positivo*; 3.7. 93. Editorial).

La ubicación de este proceso social, o mejor de su construcción desde los discursos, en un espacio público posburgués se tradujo, a la manera apuntada por Colombo (1976: 26), en que sus principales actos y ritos transfirieron el debate político de las instituciones a la calle o a los medios. Pero, si tomamos como referencia el carácter de acontecimiento mediático que Katz y Dayan (1981; 1988) atribuyen a las representaciones simbólicas organizadas y puestas en escena para el público de los medios, una parte del acontecer reivindicativo, en concreto los actos relacionados con la fiesta de la comunidad y las grandes manifestaciones, se dotó de sentido en lo que tuvieron de acontecimientos mediáticos. El papel secundario de la televisión en la construcción de este proceso social (65) no oculta que bastantes acaeceres fueron construidos en función de los medios de comunicación, como el anuncio de la realización de un referéndum o incluso los atisbos de negociación política entre los Gobiernos Central y autonómico que personificaron, sobre todo, el Presidente de Aragón y el Vicepresidente del Gobierno Central, N. Serra. Cumpliendo lo dicho por Katz y Dayan (1981) para los acontecimientos mediáticos, la centralidad social de los medios se tradujo en estos casos en que las instituciones y partidos se adaptaron a la narración de los hechos, olvidando el estilo del reportaje político para adoptar el formato teatral, dramatizando el acontecer a partir de ciertos personajes, convertidos en héroes o villanos de la historia (3.2.1).

Los hechos fortuitos y cubiertos por los medios no constituyen acontecimientos mediáticos (Hallin y Mancini, 1997: 200). Por tanto, numerosas noticias gestadas sin planificación previa por sus emisores. Otros aconteceres políticos relevantes, principalmente la reforma del Estatuto de autonomía en las Cortes de Aragón, quedaron fuera de ese carácter mediático porque apenas traspasaron el espacio público político. Según Hallin y Mancini (1997: 200), "los acontecimientos mediáticos tienden a unificar a los grupos sociales, pues borran o esfuman las distinciones sociales y reúnen a los miembros de la

comunidad alrededor de valores compartidos y de un sentimiento de identidad común". Diarios, emisoras de radio y televisión dedicaron gran parte de sus ediciones y sus espacios más relevantes a discursivizar las manifestaciones autonomistas. Todos ellos esgrimieron una preocupación comunitaria para interpelar a sus audiencias como aragoneses (editoriales, 23.4.93: *Habla pueblo, habla*, Diario 16; *El pueblo no rebla*, Heraldo; *Apuesta por Aragón*, El Periódico; 24.4.93: *Aragón reafirmó su pasión autonómica*, Diario 16; *Un torrente imparable*, Heraldo; *Aragón habló claro*, El Periódico), de forma que pusieron las condiciones para que a través de esas representaciones mediales los aragoneses acabaran viéndose y reconociéndose como miembros de una comunidad (4.1.1; 4.1.1.3). Además, en estos casos la presencia de la televisión permitió que esos acontecimientos fueran compartidos por toda la comunidad, tal como recomienda Veyrat-Masson (Veyrat-Masson y Dayan, 1997 [comps]).

Hallin y Mancini (1997: 205) destacan que en este tipo de acontecimientos los medios operan como "actores y narradores. Aparecen como los delegados de la comunidad". Desde esa mediación entre las instituciones y el público interrogan desde dentro a los participantes e interpretan sus declaraciones (Ibid, 203) y para ello utilizan el nosotros comunitario: Se ofrecen como prolongación del yo social y construyen una idea del público que se identifica con la gente corriente de la sociedad (Ibid, 204). En las manifestaciones celebradas en Zaragoza varias emisoras materializaron la retórica del directo (Radio Zaragoza, Estudio de Guardia; A3 Radio, Viva la gente; Onda Cero, Protagonistas Zaragoza) con numerosas entrevistas a participantes y narraciones en tiempo real. También las cadenas de televisión cubrieron ampliamente ese acontecer en su franja regionalizada de programación, sobre todo Antena 3 TV en la convocatoria de 1993. Ese construir el relato desde dentro, con una narratividad emocional, subjetiva y dramatizada, elevó a escala humana el acontecer político, propiciando una proximidad empática con las audiencias que, validando lo afirmado por Hallin y Mancini (1997), propició un sentimiento social de vínculo con las preocupaciones comunitarias vinculadas al acontecimiento; y, cumpliendo la exigencia de Katz y Dayan (1988) para los acontecimientos mediales, propuso en clave de espectáculo un encuentro participativo en el que lo público invadía la esfera personal:

*Más de 40 autobuses trasladarán gente a los actos del Día de Aragón* (Diario 16. Foto de E. Eiroa en un autobús. 15.4.93).

"Las manifestaciones son positivas porque expresan el sentir de un pueblo. Lo que ocurre es que vivimos en un mundo en aras de la comunicación y las cosas no sólo hay que hacerlas, sino también que se sepan; los medios [...] tienen la llave. La televisión [...] puede hacer mucho por transmitir la realidad o puede intentar que esa realidad no se transmita o ignorarla" JM. Mur, 22.4.93. Onda Cero, *Magazine de mediodía*).

"[...] yo no sé si son las mismas gentes [...], lo que sí puedo asegurar es que aquí y ahora se están viviendo con el mismo entusiasmo que hace un año las reivindicaciones

de nuestro Aragón. [...] La manifestación ha partido sobre las doce y diez [...], ahí estaba la figura sentada de nuestro Justicia [...]. Esa mano del Justicia hecha piedra, pero por donde discurren las venas vivas de las cosas nuestras" (Ortiz, F. Radio Zaragoza. Estudio de Guardia. 23.4.93 [directo])

"[...] Mientras los aplausos caían sobre el césped con una fuerza atronadora, una bandera de Aragón que cubría la mitad longitudinal del campo se plegaba con velocidad vistiendo el escenario de rojo y amarillo. Los ex jugadores, brazos en alto, llegaban al cénit de su emoción. [...] en la grada, otra bandera azul y blanca de enormes dimensiones añadía colorido. 'Impresionante, simplemente impresionante', decía Emilio Eiroa" (Osambela, F. *'Los magníficos' golearon en La Romareda*. El Periódico, 24.4.93).

Igual que afectó a los medios, que pasaron a ser actores además de mediadores entre las instituciones o el sistema político y las audiencias, esta presencia de los acontecimientos mediáticos interfirió, cumpliendo las previsiones de Hallin y Mancini (1997: 218), en los conceptos de público y de participación social. Al hacer tan accesible la movilización social a través de sus representaciones, el sistema medial fabricó entre las audiencias la sensación de control sobre el acontecer (Colombo, 1976: 21) e, incluso, de que ese dominio se traducía en que participaban en la construcción de esa realidad (Ferro y Wolton, 1997: 149). Tanto en las manifestaciones autonomistas como en el conflicto televisivo los medios enfatizaron el protagonismo de la sociedad (24.4.93: Heraldo, *Cien mil voces para un solo grito*; Diario de Teruel, *"Ha sido una victoria del pueblo aragonés"*), la relevancia de su participación (Heraldo, *"La firmeza, convicción y serenidad que demostraron masivamente los aragoneses relegaron a un segundo plano las disputas partidistas [...]"*, 24.4.93). Sin embargo, tanto esa forma de participación por delegación como ese uso del directo se revelan retóricos y, por tanto, llenan de matices y límites el valor político de esa participación colectiva o de los mismos acontecimientos mediáticos. Como señala D. Wolton (Ferro y Wolton, 1997: 159) en relación con la guerra del Golfo, esa cobertura en directo de los medios no permite comprender mejor el suceso y, por tanto, no supone el triunfo de la información, sino de la técnica y de la construcción discursiva (3.2.1).

Por tanto, esa forma de participación estuvo lejos de ser pasiva, como señala Colombo (1976). Incluso, en su dramaturgia cumplió el papel que Hallin y Mancini reconocen a los acontecimientos mediáticos de alimentar la idea de asistir a algo importante y, sobre todo, de alentar la idea de lo posible. En el malestar autonómico los discursos político y mediático se concentraron menos en el *ser* que en el *modo subjuntivo* de Dayan y Katz (1981), lo que permitió buscar la adhesión social a través de la promesa; en el conflicto audiovisual una liturgia discursiva propició que la moción de censura fuera presentada como una oportunidad colectiva (Heraldo, *Ahora el futuro es lo que importa*, 12.9.93 [edit; en primera]). Tanto Katz y Dayan (1981) como Hallin y Mancini (1997) destacan que los



acontecimientos mediáticos priman el voluntarismo y, aún a costa de suspender la lógica de las leyes políticas, afirman que los actos de los seres humanos pueden todavía cambiar el estado de las cosas. Esa forma de construir lo social posibilitó que la autonomía plena se vaciara de contenido político conceptual para lamento de la oposición socialista que reclamaba un debate ideológico; en el conflicto televisivo, en cambio, propició el clima social de opinión que el PSOE necesitaba para concluir su estrategia de acoso político al Gobierno Autónomo, mientras que este comprobaba la imposibilidad de introducir racionalidad en un debate profundamente emotivo al que la sociedad civil asistió con el silencio que Baudrillard (1974) dibuja como respuesta social al simulacro mediático.

Cuando se refiere a la mutación del pueblo en público que produce la televisión, Colombo (1976: 17) apunta que "la presunción del siempre presente y siempre real es tan intensa que llega a disminuir o excluir otras necesidades de participación y asociación". Esa lógica abre la puerta a la evidencia de que la centralidad del espectáculo y de la masificación en este proceso social reformularon lo popular y lo político, hasta el punto de alejar esta movilización de cualquier posible construcción nacional (4.1.2.3) o de convertir este intercambio simbólico en una compleja socialidad discursiva mediada por la lógica mercantil (4.1.1.3) y las relaciones de poder (4.2). Para Martín Barbero (1993: 252), en el circo, el carnaval u otras fiestas lo popular queda activado por lo masivo propiciando valores más o menos alternativos a la hegemonía social. Su construcción desde los medios hace de la movilización aragonesa una de esas "voces habitualmente ausentes en el discurso político nacional" (Hallin y Mancini, 1997: 202) que los acontecimientos mediáticos permiten oír. Pero, al mismo tiempo, abre la puerta a que, lejos de una movilización social identitaria, esta reivindicación deviniera en una rebelión espectáculo. Tal como la define Colombo (1976: 30), ese concepto engloba a acciones y gestos mediante los que grupos culturalmente dependientes o marginados se contraponen a la dominación en espacios mediáticos. Aunque les reconoce capacidad para incluir movimientos de revuelta, no descarta que, allá donde se anunciaba una revolución, sólo acabe gestándose un espectáculo (Ibid, 31).

"[...] supone un gasto suntuario para una región que tiene sus principales problemas dentro del desequilibrio territorial en la falta de inversiones fuera del área de Zaragoza y que ni con esta televisión ni con otra gozará de ninguna mejora en su calidad de vida" (ABC *Televisión deslegitimada*, 3.7.93).

"Aquel envite fue intenso y prolongado, pero al final conseguimos que el ministro Borrell y el Gobierno Central [...] aceptaran dos principios de filosofía hidráulica: primero, que sin regular primero en la cuenca no puede saberse si hay excedentes, lo que suponía que deben realizarse los embalses del Pacto del Agua antes de empezar a hablar de que sobra agua del Ebro; y segundo, que si se respetan las reservas hidráulicas recogidas en

el Pacto del Agua - incluida la cláusula de salvaguarda- es imposible que existan excedentes" (Eiroa, 1995: 38).

"[...] Menos mal que en muchos ministerios se ha hecho obligatorio darle un repaso al Heraldo" (La Rotonda, Heraldo, *¿Quién informa a los de Madrid?*. 25.4.93).

Con todo, esa limitación de su valor político o los efectos sociales de esa transferencia de la participación popular desde el territorio real al de los medios reenvían sobre todo a lo que de construcción discursiva tuvieron estos acontecimientos mediáticos. Al analizar la retórica del directo, D. Wolton reitera que estar más cerca del acontecer en virtud de las técnicas mediáticas no aporta una información más fiable ni una comprensión mejor, porque la calidad del mensaje "depende más que nunca del trabajo de los periodistas" (Ferro y Wolton, 1997: 159). A lo largo de este proceso social los profesionales mediales no cuidaron de que todos los puntos de vista sociales protagonizaran sus discursos en igualdad de condiciones (3.2.1). Y, cuando permitieron que pensamientos habitualmente minoritarios, como los ligados a lo aragonés, devinieran en algo que incumbía a toda la sociedad, lo hicieron dentro de unos límites ideológicos que redujeron a atisbos los ataques al orden social. De hecho, tal como sugieren Hallin y Mancini (1997) para los *media events*, su relato se centró en individuos antes que en instituciones hasta mutar los actores políticos en personajes sobre cuyos actos se construía el conflicto. Así afectaron a las imágenes de quienes personificaron el combate e, incluso, a la idea del centralismo político, pero no al sentimiento de membresía en el Estado (4.1.2; 4.1.2.3).

Sin incurrir en la ideología redentora de las redes, pero leyéndolas en lo que suscitan de luchas por el control social (Mattelart, 1998: 28), esta conducta de los medios reenvía a la debilidad del sistema medial aragonés o, lo que es lo mismo, de la clase dirigente aragonesa. Cuando analiza la repercusión de las estructuras informativas en la identidad gallega, López Villa (1988) concluye que se imponían las actualidades vistas desde Madrid, sobre todo porque la ausencia de una agencia gallega de noticias imponía que la actualidad de esa comunidad fuera contada desde parámetros estatales. Esa lectura de lo social desde los flujos explica, primero, que con su implicación en este acontecer algunos medios (66) intentaran evitar que los públicos buscaran otras fuentes noticiosas y, segundo, los límites de estos acontecimientos mediáticos y, en consecuencia, de esta movilización identitaria dirigida más a una batalla por el mercado que contra el Estado (4.1.2.3). Algunos medios reprocharon a sus homólogos de ámbito estatal el trato dado a las manifestaciones (Diario 16 acusó de goebbelianos a los directivos de TVE, 25.4.93; Heraldo calificó de lamentable y escandaloso que para TVE la festividad de San Jorge sólo se hubiera celebrado en Cataluña, 24.4.93): Renovaron el sentimiento social de menosprecio, pero tiñéndolo más bien de valores empresariales (El Periódico elogió a Antena 3 y a su Centro Regional, *Calidad informativa en Antena 3*, 25.4.93).