



Discursos y praxis social del emprendimiento. Una mirada desde el análisis crítico del discurso*

Discourses and Social Praxis of Entrepreneurship. A Glance from the Critical Discourse Analysis

Jaime Andrés Ararat Herrera**

Recepción: Mayo 15 de 2009

Aceptación: Junio 23 de 2009

Resumen

Con el artículo se pretende socializar algunos hallazgos relacionados con la comprensión de los discursos que orientan la enseñanza del emprendimiento en las Instituciones de Educación Superior de la ciudad de Medellín. Se examina, mediante un enfoque cualitativo y una metodología de Análisis Crítico del Discurso, la “construcción” de los mismos, a través de las prácticas discursivas de los encargados de orientar su praxis social en las entidades analizadas. Se identifican aspectos comunes y diferenciadores que soportan dicho “discurso” (valores, ideologías y dispositivos discursivos utilizados en cada una de ellas). La información se recopiló a través de entrevistas semiestructuradas y análisis de la estructura textual de noticias en periódicos institucionales. Se proporcionó también un contexto institucional en donde los estudiantes entienden, memorizan y utilizan la información del emprendimiento para su praxis social. En el discurso emitido se evidencia el uso de macroestructuras semánticas que aportan cohesión y coherencia en cada una de las instituciones estudiadas.

* El artículo presenta los principales hallazgos del trabajo de investigación “Los discursos y la praxis social del emprendimiento en Instituciones de Educación Superior públicas y privadas de la ciudad de Medellín”, tesis para optar al grado de Magister en Ciencias de la Administración (Msc) de la Universidad EAFIT, 2008.

** Candidato a Magister en Ciencias de la Administración, Universidad EAFIT. Magister en Administración, Universidad Externado de Colombia. Ingeniero Industrial, Universidad Autónoma de Occidente. Profesor asistente de la Facultad de Ciencias Básicas e Ingenierías, Programa de Ingeniería Industrial, Universidad de Córdoba, Colombia. jaimeararat@sinu.unicordoba.edu.co, jararat1@eafit.edu.co

Palabras clave: Emprendimiento, análisis del discurso, estructura textual, macroestructuras semánticas, instituciones de educación superior.

Abstract

The objective of this article is to socialize some findings related to the understanding of the discourses that guide the teaching of entrepreneurship in Higher Education Institutions in Medellin city. It is explored through a qualitative approach and the Critical Discourse Analysis Methodology, its "construction" through the discursive practices with people in charge of the social praxis of the analyzed institutions. It identifies commonalities and differentiators that support the "discourse" (values, ideologies and discursive devices used in each). The information was gathered through semi structured interviews and textual analysis of the structure of institutional newspaper news. It also provided an institutional context in which students understand, memorize and use the entrepreneurship information for their social praxis. In the given discourse, the use of semantic macrostructures is evident, providing cohesion and coherence in each of the analyzed institutions.

Key words: Entrepreneurship, Discourse Analysis, Textual Structure, Semantic Macrostructures, Higher Education Institutions.

Introducción

La enseñanza del Emprendimiento en Medellín ha cobrado en los últimos años un particular interés para las Instituciones de Educación Superior (IES), públicas y privadas, de la ciudad. Desde la década de los noventa se ha observado un incremento sustancial en la oferta de programas académicos —empresarismo, emprendimiento y emprendimiento— relacionados con la creación y direccionamiento de empresas, en tanto estas son vistas como una solución a los problemas socioeconómicos y de empleo que enfrenta la ciudad.

Sin embargo, es notoria la ausencia de parámetros de referencia con los cuales se pueda determinar qué se espera de los procesos educativos en mención con el fin de acreditarlos en este campo de estudio (Bello, 2003). En dicho aspecto, particularmente, se asienta el propósito del presente artículo: analizar y comprender

los discursos que orientan la enseñanza del emprendimiento, “construidos” al interior de cada una de las instituciones investigadas. Dos entidades colaboradoras participaron en la encuesta, una de carácter público y otra de carácter privado.

Antes de abordar en propiedad el asunto en cuestión, es pertinente recordar la relevancia de una teoría del discurso en la enseñanza del Emprendimiento, lo que significa afrontar todo lo relacionado con los mecanismos retóricos, en especial, con las estrategias de la argumentación y de la persuasión. Del mismo modo, se torna imprescindible retomar la teoría de los actos de habla concernientes a los efectos —perlocutivos— del discurso sobre el destinatario, así como a lo que caracteriza a cada acto discursivo en tanto ilocución o fuerza ilocutiva, pues ello *admite* el análisis de las funciones denotativas y connotativas. El acto locutivo como tal, en su estructura lexical y sintáctica, en su buena factura tiene, obviamente, mucho que ver con

la fortuna o el infortunio en cualquier clase de comportamiento.¹ En tal sentido, se trata de una teoría compleja, rica en matices y perspectivas, que con certeza aporta y lo seguirá haciendo para otras investigaciones. No obstante lo planteado, el artículo da cuenta únicamente de aquello que se relaciona con el propósito anunciado.

Ahora bien, para entrar en materia, con el fin de avanzar en dicho objetivo se estudió en detalle la estructura textual de la noticia como discurso institucional.² Según Van Dijk (1986, 144), este “análisis ocurre en varios niveles mutuamente relacionados a nivel semántico (significado y de referencia)”, en donde las secuencias proposicionales deben satisfacer condiciones de coherencia, tanto global como local, explícitas en las macroestructuras del discurso.³ Se pudo establecer, así, una idea clara de las diversas propiedades del tema del emprendimiento al interior de cada una de las instituciones analizadas, en cuanto a sus valores, ideologías y dispositivos discursivos utilizados en la orientación de las acciones que deben realizar los emprendedores para su implementación. Lo expuesto, posibilita no solo la comprensión de los significados globales del discurso, también las representaciones sociales compartidas al interior de cada institución por los usuarios del lenguaje, como miembros pertenecientes a un grupo determinado.

En consecuencia, la estructura del artículo consta de dos partes. La primera proporciona

¹ Todo lo demás, lo relativo a la publicidad de un servicio o producto, o su posicionamiento en un mercado, es algo que se relaciona íntimamente con una semiótica de la imagen y de la lúdica.

² Para proceder con el discurso institucional se realizaron diez entrevistas, cinco por institución; igualmente, se utilizaron dos periódicos tradicionales de donde se extractaron 21 artículos de noticias: 16 en la universidad pública y cinco en la universidad privada.

³ Este tema del discurso (o de la conversación) se hará manifiesto, por lo tanto, en términos de un cierto tipo de estructuras semánticas. Puesto que dichas estructuras semánticas aparentemente no se expresan en oraciones individuales, sino en secuencias completas de oraciones, se hablará de macroestructuras semánticas; son, en términos de Van Dijk (1986), la reconstrucción teórica de nociones como ‘tema’ o ‘asunto’ del discurso.

ciertos antecedentes históricos de disciplinas que han soportado el análisis del discurso a través del tiempo, así como un resumen de las principales nociones teóricas de los distintos niveles de análisis utilizados en el discurso periodístico. La segunda presenta una aplicación parcial del análisis del discurso a algunos artículos de noticias de las diferentes instituciones de educación superior, a partir de lo cual se organizan los resultados y conclusiones preliminares correspondientes.

Análisis del discurso: antecedentes históricos y concepciones generales

Por diversas razones que no vienen al caso exponer, es claro que en este artículo no se plantean las diferentes dimensiones que han contribuido al surgimiento del análisis del discurso como una perspectiva interdisciplinaria. Si se realiza, en cambio, una aproximación a aquellas disciplinas que, a la vez que proporcionan algunos conceptos generales, permiten entender en su real dimensión la importancia de este campo en las diferentes ciencias sociales.

Para algunos autores, el análisis del discurso “surge a partir de algunas otras disciplinas de las Humanidades y de las Ciencias Sociales, como la Lingüística, los Estudios Literarios, la Antropología, la Semiótica, la Sociología y la Comunicación oral” (Van Dijk, 2001, 35). Para otros, como Titscher; Jenner; Meyer & Vetter (2000, 218), se soporta en diferentes enfoques de las ciencias sociales que estudian el lenguaje; según ellos, entre las disciplinas más importantes de este campo se destacan: la Teoría Fundada, la Etnografía de la Comunicación, el Análisis Crítico del Discurso (ACD) liderado por Fairclough, el Análisis de Contenido y el Análisis de la Conversación.

No obstante este pluralismo metodológico actual, el análisis del discurso tiene sus orígenes en tres rupturas fundamentales, identificadas

a través de los años, que han transformado el estudio del lenguaje desde diferentes perspectivas. Para explicar mejor tales rupturas esenciales, sirve adecuadamente el concepto postulado por Ibáñez Gracia (2003,23), “giro lingüístico”:

La expresión Giro lingüístico ha estado de moda durante los años setenta y ochenta para caracterizar cierta inflexión que se produjo en filosofía y en distintas ciencias humanas y sociales, que se tradujo en una mayor atención al papel que desempeña el lenguaje, tanto en los propios planteamientos de esas disciplinas como en la formación de los fenómenos que suelen estudiar.

La primera propuesta de análisis del discurso la formuló Ferdinand de Saussure, alrededor de 1917, con de su Lingüística Estructural, quien al tratar de otorgarle el estatus de “ciencia” a la lingüística, le proporcionó a esta un objeto de estudio idóneo basado en la dicotomía entre lengua y habla que, en suma, es una abstracción de la cual se sirven los lingüistas para explicar lo que suelen denominar realidad del lenguaje. Este nuevo objeto de estudio de la lingüística sirvió de base para innumerables estudios en las ciencias sociales; por ejemplo, hizo aportes a la Antropología —influenciada por los trabajos del Estructuralismo Cultural, de Claude Lévi-Strauss—, a la Escuela de Praga, representada por Jakobson, y al Formalismo Ruso, de Torodov y Propp (1928), sobre la morfología de los cuentos populares rusos.

A finales de los años sesenta, después de un periodo extenso de la influencia del Estructuralismo en Europa y Estados Unidos, se produjo el segundo giro lingüístico con la denominada Lingüística Generativa liderada por Noam Chomsky entre los años 1957 y 1964. Este autor hizo una crítica de la primera. Según él, esta escuela se limitó a un análisis gramatical de frases aisladas; de allí la necesidad de estudiar las estructuras específicas del discurso “más

allá del límite de la frase” (Van Dijk,1983,79)⁴; para ello introdujo los conceptos de “estructura profunda” y estructura superficial⁵. El autor plantea en su gramática generativa un análisis gramatical del texto; denota el sonido como la forma fonética, determinada por la estructura superficial, y el sentido, por el contenido semántico, definido por la estructura profunda. Su estudio, valga la pena aclarar, pertenecía de manera recurrente a otras disciplinas de las ciencias sociales.

Esta nueva perspectiva dispuso otras metáforas y analogías no ligadas exclusivamente al núcleo de la lingüística (gramática), sino al estudio más real del lenguaje y su uso. En este marco, se pasó del estudio del lenguaje, como algo propio de los seres humanos, a la indagación por su uso en distintos contextos relacionales y comunicacionales, los cuales sirvieron de base al auge del Análisis del Discurso (AD) desde diferentes ópticas y disciplinas de las ciencias sociales, entre ellas, la Sociología y la Psicología.

Es aquí donde tiene sus orígenes el tercer giro lingüístico, y es Teun Van Dijk en 1980 quien a principios de los años ochenta propone, con la Lingüística Textual, el estudio del uso del lenguaje desde sus dos dimensiones específicas: la dimensión textual (estructuras del discurso) y contextual (propiedades del contexto, procesos cognitivos y representaciones sociales); es decir, se enfoca en el estudio del discurso⁶

⁴ En la *Gramática Transformacional* de Chomsky (Chomsky, 1977) se propone el análisis de la estructura del texto, más allá de las proposiciones; esto es, la semántica no está condicionada a la oración; esta se extiende a su uso en particular.

⁵ El análisis del texto se realiza a través del estudio de estas dos estructuras: la estructura superficial que es descriptiva y la estructura profunda que, aunque aparezca sutilmente, es esencial para la comprensión e interpretación semántica del texto.

⁶ Para Van Dijk (Van Dijk T. A.,1983,82), el texto se convierte en discurso no solo en su uso, sino en su interacción (acción) en contexto. El análisis del discurso amerita un estudio más amplio, el cual puede ser considerado: a) desde la dimensión textual; b) desde la gramática en sus diferentes

y el contexto social. Tal análisis, visto así, no pertenece con exclusividad a una disciplina de las ciencias sociales; se trata de un enfoque más amplio e interdisciplinario.

Como puede apreciarse, estos tres giros lingüísticos han contribuido para lo que a la postre se conoce como Análisis del Discurso. En los últimos años, empero, se han presentado algunas variaciones; la más reconocida es el denominado Análisis Crítico del Discurso (ACD) que, en palabras de Van Dijk, citado por Bolívar (2005, 9):

Nos ayuda a develar los secretos de los textos y de la interacción entre las personas en contextos específicos; utilizando las herramientas que proporcionan la Lingüística y otras disciplinas de las ciencias sociales, las cuales conciben el lenguaje no solo como un código lingüístico sino como una práctica social que nos permite construir “realidades” que pueden ser evidenciadas a través del discurso.

En suma, todas las teorías sobre el discurso tienen una base lingüística y, en consecuencia, para comprender los discursos del emprendimiento al interior de las instituciones investigadas, se utilizó como perspectiva de estudio el análisis estructural de la noticia, discurso propuesto por Van Dijk. En ese orden de ideas se precisan, a continuación, algunos aspectos metodológicos de la estructura textual de la noticia, sus categorías de análisis y la definición de su superestructura.

Algunos aspectos metodológicos

El modelo base que se implementó en la investigación es el denominado Modelo Socio-Cognitivo de Teun Van Dijk. Él propone analizar el discurso de los participantes a través de la triangulación Discurso, Cognición

niveles: fonológico, morfológico, sintáctico y semántico, y c) desde la dimensión contextual, para citar algunas.

y Sociedad. Igualmente, a partir del modelo, se planteó la identificación de algunas de las posturas ideológicas⁷ que rigen los discursos de la enseñanza del emprendimiento en las IES en la ciudad de Medellín.

Adicionalmente, y para comprender el discurso⁸ del emprendimiento, en tanto plataforma de análisis se recurrió a la estructura de la noticia como texto. Con el fin de establecer la manera como se está haciendo uso del lenguaje al interior de las instituciones objeto de estudio, se examinaron dos publicaciones periódicas de cada una de ellas.⁹ De esta manera, se develaron los aspectos atinentes a la pertinencia que los encargados de construir el discurso acerca del emprendimiento atribuyen a las situaciones, acontecimientos o personas comunicadas por el texto de la noticia, así como también los elementos estratégicos que definen la producción del discurso del emprendimiento en cuanto a sus orientaciones para la enseñanza. En síntesis, se identificaron algunos elementos lingüísticos (palabras, frases) o textos y distintos actos de habla¹⁰ que son utilizados para generar una acción particular en los estudiantes.

De este modo, para realizar el análisis de la estructura textual, se partió de la gramática en su nivel semántico y referencial (coherencia local y global), lo cual permitió la descripción de algunos de los significados globales (macro-

⁷ Estas posturas ideológicas pueden ser identificadas en el discurso a través de descripciones autoidentitarias, de actividad, propósitos, de normas y valores, entre otras (Van Dijk, 1980).

⁸ En la investigación aludida, los términos “texto” y “discurso” son utilizados con características similares; un texto y un discurso son considerados como un constructo teórico, el cual no solo posee una estructura “gramatical”, sino también estilística, retórica, esquemática y otras clases de estructuras que la lingüística por sí sola no puede explicar (Van Dijk, 1986, 21).

⁹ Véanse otros trabajos de análisis del discurso institucional en Sánchez Ortega (2005).

¹⁰ Es el acto social que cumplimos al utilizar una aserción determinada en una situación específica. Estos actos son denominados ‘Actos de habla’ (Searle, 1969). Los principales actos de habla identificados son: prometer, acusar, felicitar y aseverar.

estructura semántica) de la noticia como discurso del emprendimiento al interior de cada una de las instituciones, así como sus formas esquemáticas globales (superestructura semántica).

Aunque de manera superficial, también se abordaron otras propiedades del discurso. En la “estilística”¹¹ se observaron las diferentes elecciones utilizadas por los participantes de las instituciones para expresar más o menos lo mismo en el discurso del emprendimiento, lo cual se materializa en el manejo de ciertos términos como “emprendedor” y “empresario”. La retórica,¹² por su parte, puso a disposición los énfasis (cualidades) en los cuales las instituciones soportan su discurso para formar emprendedores; para ello recurren a diferentes estrategias, por ejemplo, la repetición, la supresión y la sustitución que permiten identificar su apuesta en cuanto a la orientación en la enseñanza del emprendimiento.

Estructura textual de la noticia: categorías de análisis

El análisis estructural de la noticia como discurso se basa principalmente en dos grandes categorías: la primera hace relación al análisis de la superestructura que, más allá de aquellas que ordenan globalmente el discurso, permite la identificación del “significado global” (macroestructuras semánticas)¹³ de este; es decir, es una categoría que, a la vez que ordena globalmente dicho discurso, proporciona las

¹¹ Para algunos autores, el “estilo” es considerado como la indicación principal del rol del contexto (factores sociales, culturales, etc.) que marcan el contexto en el texto.

¹² La Retórica estudia el discurso desde la dimensión persuasiva del uso del lenguaje para hacer más eficiente el mensaje. Según Van Dijk (2001,49), el estilo es una propiedad necesaria del discurso en el contexto.

¹³ “De manera que mientras la macroestructura organiza únicamente el contenido global del discurso, una superestructura esquemática ordenará las macroproposiciones y determinará si el discurso es o no completo, así como qué información es necesaria para llenar las respectivas categorías” (Van Dijk, 1986, 55).

pautas para organizar y clasificar su contenido al interior de cada institución.

Para este caso en particular, el análisis de la superestructura se vio expresado en el tratamiento global de la temática que se abordó a través de las noticias escritas en los periódicos de la muestra; superestructura que se plasmó en las introducciones, resúmenes y comentarios elaborados a propósito de cada uno de los artículos y de las entrevistas realizadas a sendos encargados de construir el discurso en las instituciones.

La segunda categoría empleada en la investigación corresponde al análisis de la microestructura. Después de determinar las estructuras globales del discurso del emprendimiento, el análisis se detuvo en los párrafos y secciones de la noticia o de la entrevista, donde se identificaron, a nivel semántico y pragmático, el significado y los actos de habla que le proporcionan la coherencia y cohesión al discurso que emiten las instituciones en estudio.

En otras palabras, a partir de estas dos categorías se determinó el “significado global” del texto que explica el tema como un todo. Para ello se aplicaron unas macro-reglas¹⁴ de los significados locales del texto. Ahora bien, esto significa que un texto no puede ser localmente coherente si no respeta la organización conjunta de un asunto global. Empero, conviene advertir que la interpretación final del discurso se llevó a cabo en este marco de análisis, de un lado, mediante la conexión de las diversas propiedades estructurales del texto con sus significados cognoscitivos; de otro lado, en relación con los aspectos sociales y culturales.

¹⁴ Las macro reglas son normas que contribuyen a la proyección semántica del discurso, a través de la interrelación de las diferentes proposiciones presentes en el texto, a nivel local y global; entre estas se encuentran principalmente la supresión, la generalización y la construcción. Se manejan al interior del texto para proporcionar un significado específico en un contexto determinado.

Ahora, con el fin de avanzar, se hace oportuno exponer la caracterización del discurso periodístico, según lo planteado por Van Dijk, a partir del análisis estructural de la noticia como discurso.

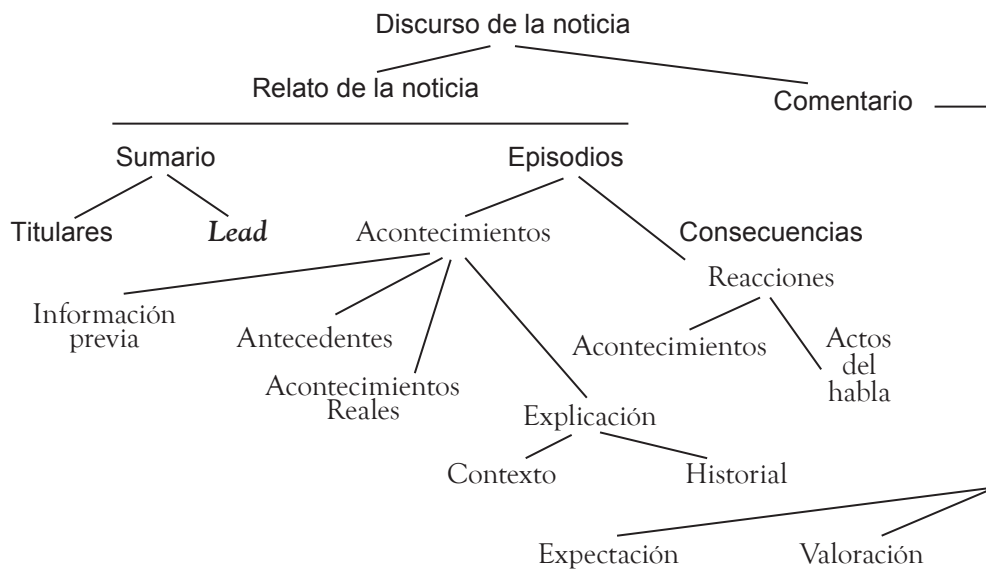
La superestructura del discurso de la noticia

La presentación de algunos de los resultados de la investigación se basa en el esquema de “superestructura de la noticia” que propone Van Dijk (1983, 89). Tal superestructura corresponde a la manera como se organiza y clasifica el contenido de la noticia de un periódico. El esquema implica identificar los aspectos estratégicos que se emplean en cada institución de la muestra; en consecuencia, suministra la estructuración básica de la organización del contenido de la noticia, así: el titular¹⁵ expresa

la información más importante; el lead¹⁶ resume lo principal y pertinente, y el cuerpo,¹⁷ en el cual se desarrolla la generalidad o especificidad.

Del examen de dichos componentes de la noticia se extraen tres categorías importantes para el análisis de esta como discurso: en primer lugar, el acontecimiento o, lo que es lo mismo, el criterio de importancia; en segundo lugar, la reacción que, como su nombre lo indica, alude a las diferentes respuestas humanas de los participantes o involucrados; por último, la predicción, relacionada con los antecedentes contextuales de carácter referencial o histórico en los que se desarrolla la noticia. Mediante estas categorías se accede a la interpretación y valoración de los acontecimientos a partir de su presentación en el texto: hechos destacados, verbos, adjetivos, entre otros (figura 1).

Figura 1
Esquema superestructural del discurso de la noticia



Fuente: Gráfico tomado: (Van Dijk T. A., Març 1983,89)

¹⁵ Los titulares del artículo periodístico, junto con el lead, conforman una macroestructura simplificada de la noticia que le permite al lector hacerse con los datos más relevantes sobre los acontecimientos (Bueno Lajusticia, 2000).

¹⁶ Es el encabezamiento de la noticia.

¹⁷ Es donde el periodista expone la situación general en un contexto situacional, en el entendido de que es el entorno en donde se intercambian significados.

En este orden de ideas, la noticia, objeto de este análisis superestructural, se divide en dos grandes bloques: el relato y el comentario. El primero, o su equivalente, el sumario, está conformado por el titular, el *lead* y los episodios (párrafos) que constituyen la noticia; en esta narración son evidentes los acontecimientos (contexto) y las consecuencias (causas, objetivos y tiempo). El segundo bloque corresponde al comentario; este, por lo general, se encuentra implícito y está relacionado con lo que se quiere generar en el lector.

Bajo el esquema propuesto, entonces, se admite que por medio del análisis superestructural se pueden clasificar las partes del discurso de la noticia respecto de las funciones del texto como un todo. Por lo tanto, se hace factible la valoración del artículo según la pertinencia de sus partes referidas al tema o cuestión central; en el caso específico que se estudia, el acontecimiento de la manifestación del emprendimiento en la institución.

Una vez aclarado lo anterior, conviene exponer algunos resultados de la investigación.

Resultados preliminares

Justo es decir que para este ítem se toman como ejemplos algunos de los artículos de la muestra, analizados, como se ha expuesto, con la metodología seleccionada.

En el primero de los casos elegidos se hace una descripción más profunda de las diferentes categorías; en el segundo, solamente se procede con dos contenidos principalmente, el titular y el *lead*, a manera de comprobación del método. Lo importante aquí es ejemplificar algunos de los aspectos que, para la comprensión del discurso como noticia, se utilizan en cada una de las instituciones del corpus. Los textos en mención se encuentran relacionados en el cuadro 1, donde aparece la caracterización de los artículos de periódicos institucionales; en el apéndice A se muestran los facsímiles de los artículos completos.

El análisis de la estructura textual de la noticia como discurso periodístico en el primer artículo, muestra indiscutiblemente que el tema se encuentra resumido en el titular, pues allí se hace énfasis en la expresión “Emprendedores”, colocada como marcador visual, dados su connotación admirada, el tamaño y el tipo de letra, en comparación con el texto que le sigue.

Cuadro 1
Caracterización de artículos de periódicos institucionales

Artículo	Nombre del periódico	Institución	Edición	Fecha	Sección	Págs.	Ubicación
¡Emprendedores!, de la idea a la práctica	<i>Alma Mater</i>	UDEA	541	Mar/06	Universidad- Empresa- Estado	30 - 31	Hemeroteca
Emprender para el futuro	<i>Síntesis Bolivariana</i>	UPB- Medellín	325	Enero- mayo /05	Proyección	12	Hemeroteca

Fuente: elaboración propia

Tal presentación indica una organización conceptual (proposición) de la noticia, correspondiente al significado cognitivo de la estructura gramatical. Esta estructura de la proposición, expresada en el titular, es de carácter atributiva, puesto que relaciona un sustantivo abstracto¹⁸ —el concepto “emprendedores”— con sus comportamientos, cualidades o características principales, a través de algunos mecanismos lingüísticos (construcciones nominales) y frases proposicionales unidas por verbos copulativos:¹⁹ “de la idea *a la práctica*”²⁰ (condición). Este tipo de relaciones se expresan mediante estructuras oracionales compuestas (condicionales), con auxilio de distintos elementos lingüísticos como los conectores (*de* la idea *a* la práctica) y otros paralingüísticos como los signos de admiración (¡Emprendedores!).

Lo señalado indica la actitud del hablante frente al contenido proposicional que aparece en el titular. El enunciado oracional es de carácter expresivo (exclamativo), lo que habla de una apreciación subjetiva en afinidad con el contenido de la noticia que se conserva durante todo el desarrollo de la misma, por ejemplo, “P3. Y ahí van” (el énfasis es del autor).

Además, con el análisis sintáctico²¹ es posible identificar que el orden y la posición de la palabra “Emprendedores” *sugiere* importancia y relevancia (énfasis) de este tema para la Universidad; por lo tanto, el paciente (estudiantes) aparece implícito; esto es, la institución da por hecho su participación en el proceso

¹⁸ Según la clasificación de los sustantivos por su concreción semántica, se dividen en concretos y abstractos. Los primeros denotan seres reales u observables por los sentidos; los segundos designan seres espirituales o mentales, conceptos culturales o conjunto de cualidades (Niño Rojas, 2007).

¹⁹ Para el caso, el verbo es semicopulativo, ya que conserva su significación y requiere un atributo para que la oración tenga sentido completo.

²⁰ Énfasis para el presente artículo.

²¹ En el análisis sintáctico se puede identificar una estructura básica conformada por un agente (quien emite), un paciente (quien recibe) y un objeto (lo que sucedió). Dicha estructura se visualiza en el titular en cuestión.

emprendedor. Por eso se dice que el proceso está condicionado con el objeto (“de la idea a la práctica”) que recaba en el interés de solventar actitudes proactivas en función del emprendimiento.

En términos de macroestructura semántica,²² el titular proporciona una representación cognitiva de los usuarios del lenguaje respecto de los emprendedores como personas poseedoras de “ideas”. Esta representación es considerada como una presuposición²³ de las cualidades de cualquier emprendedor e insta a hacer una puesta en acción (“práctica”). Tal situación se ve reflejada en la utilización de la terminación “ores” como elemento que *completa* el verbo (emprender); de esta manera, el verbo deriva en sustantivo adjetivado con el cual se indica una cualidad que sugiere la existencia de pacientes implícitos (estudiantes) que deben poseerla.

Por otra parte, en el segundo artículo, igual que en el anterior, el titular presenta, desde el punto de vista de la macroestructura semántica, una construcción nominal típica del discurso periodístico.²⁴ Se busca atraer la atención del lector a través de una firme invitación a los estudiantes para participar en una acción de emprendimiento, como “condición” para un mejor futuro. Esto se refleja, desde el punto de vista sintáctico, en la utilización de la conjunción “para”, que da sentido a la proposición expresada en el verbo “emprender” acompañado del artículo “el”, lo que indica algo conocido (se sabe de qué objeto se trata). Se parte, pues, de una presuposición: quien emprenda tendrá un mejor futuro.

²² Según Van Dijk 2001, una de las principales cualidades del discurso periodístico es la macrorreducción de información (resumen) que realiza el titular de prensa. Presupone de antemano una gran cantidad de conocimiento e información, generalmente de naturaleza estereotipada, que posee el lector.

²³ La presuposición es considerada como una inferencia pragmática; como la porción de información que el hablante infiere, que es conocida por el lector.

²⁴ Dado su carácter tipográfico, el titular, por lo general, se describe con letras negras y grandes o en mayúsculas si es adecuado.

Respecto del *lead*, el primer artículo no lo posee de modo explícito y así se anula la posibilidad de resumir lo importante y pertinente del tema que trata en el cuerpo de la noticia. No obstante, el rol del *lead* lo cumplen en la práctica los dos primeros párrafos ya que resumen de forma adecuada el texto. En la primera frase se muestra la realidad del emprendedor en relación con su contexto (dificultades): “¿Dudas? Muchas. Y con las dudas los temores [...]” para poner en práctica sus ideas; luego, invitan al lector, en el segundo párrafo –por medio de frases como: “[...] si existe el secreto, es que se cansaron de mera ideología y un día se resolvieron a poner sobre la tierra esa iniciativa [...]”– a tomar una posición proactiva frente al tema, lo cual es coherente con la tesis planteada a lo largo del discurso.

En el segundo artículo, por el contrario, sí existe un *lead* marcado y explícito.²⁵ En pocas palabras destaca el papel de los estudiantes y egresados bolivarianos como empresarios constructores de futuro, lo que revela enlace

con la macroestructura semántica expresada en el título y a lo largo de la noticia.

En síntesis, la información en los dos artículos se inicia con una entrada concreta acerca de lo que se quiere destacar al interior de cada institución; para ello se presenta un *lead* específico, implícito o explícito, que reúne algunos de los antecedentes necesarios para que el lector pueda contextualizar el discurso como noticia.

El siguiente paso, después de proceder con la evaluación del titular y el *lead* de la noticia, es analizar los episodios de cada uno de los textos. Objetivo: identificar la manera como organizan (superestructura) y argumentan la macroproposición global expresada en el titular y en los párrafos. Para ilustrar mejor este nivel de análisis, se aborda el primer artículo con base en el cuadro 2, en el cual se observan los elementos que identifican los niveles utilizados en el desarrollo de la noticia.

Cuadro 2
Categorías de la macroestructura semántica

Título	Categorías ²⁶
¡Emprendedores!, de la idea a la práctica	Acontecimiento principal (acción)
P1: “¿Dudas? Muchas. Y con, (sic) las dudas, los temores. Que por dónde empiezo, que cómo hago con esto, que cómo con aquello; quién me da crédito, quién me arrienda el local, quién me presta los equipos, dónde consigo la materia prima [...]”	<i>Lead</i> (acontecimientos-dificultades)
P2: “Es decir, no fue nada fácil empezar, pero el secreto, si existe el secreto, es que se cansaron de mera ideología y un día se resolvieron a poner sobre la tierra esa iniciativa, ese proyecto, esa propuesta con la que en algún momento habían soñado, y ahora los vemos venir de universitarios a empresarios o a emprendedores [...]”	<i>Lead</i> (acontecimientos-consecuencias)

²⁵ Por lo general, los leads tienen la función de introducir la noticia antes de presentar los episodios, y para eso se recurre a distintos marcadores, entre ellos, la negrilla; en otras ocasiones los presentan en redondas (en términos coloquiales “letra normal”) entre el título y el cuerpo del artículo.

²⁶ Las categorías de análisis son identificadas en cada párrafo como P1, P2, y así sucesivamente. Tal ordenamiento corresponde a la organización de la noticia (superestructura), planteada según la figura 1.

Título	Categorías
<p>P3: “Y, ahí van, unos con más, otros con menos ayuda externa, con sus propias empresas, locales, de alcance nacional y hasta internacional, porque los hay que ya exportan, y ¡hay que ver lo que exportan!; hasta productos para ayudar a pasar a mejor vida a los muertos. Es lo que sucede con Steudmart Ltda., la empresa de Felipe y Andrés, de la Universidad Eafit, que comenzó sustituyendo el formol por otros insumos químicos con los cuales el preparado de los cadáveres en las funerarias [...]”</p>	<p>Historial (información general sobre participantes)</p>
<p>P4: “Y muchos más productos y servicios, como el diseño de páginas web sobre Colombia para quienes están lejos del país. Sus autores, Victoria y Juan Carlos, de la Universidad Nacional, ofrecen a los interesados cuatro modalidades de promoción para la sostenibilidad del proyecto [...]”</p>	<p>Contexto/ historial (instituciones de apoyo)</p>
<p>P5: “Catalina, Olga y Alberto son ambientalmente (sic), una empresa de productos ambientales y aprovechamiento de subproductos industriales; como quien dice: lo que para muchas empresas –un restaurante, una plaza de mercado, una fábrica de concentrados alimenticios– no son más que desechos, basura y encarte, para estos muchachos de la Escuela de Ingeniería de Antioquia es plata contante y sonante [...]”</p>	<p>Historial (información general sobre participantes)</p>
<p>P6: “Ingeniería, aplicaciones y software es la empresa de Luis Henry, de la Universidad de Medellín, y lo que hace es acompañar a otras empresas para disponer de un mejor manejo de la información [...]”</p>	<p>Contexto/historial</p>
<p>P7: “La empresa de Mauricio y Jennifer, de la Universidad de Antioquia, es Inhala, que trabaja con un concepto de marketing olfativo, mediante el cual buscan identidad de marca a partir de aromas [...]”</p>	<p>Historial (información general sobre participantes)</p>
<p>P8: “Softrónica es la propuesta de Harold, de la Universidad de Antioquia, que brinda información en medios tecnológicos; también busca crear recordación con información dinámica electrónica en tableros y otro tipo de dispositivos”.</p>	<p>Contexto/historial (logros y dificultades)</p>
<p>P9: “De la Universidad de Antioquia también provienen Luis Albeiro y Juan Alejandro; el primero con S. Square, que trabaja con el concepto de inteligencia de negocios, en torno del cual básicamente analizan las bases de datos de las compañías para dar respuestas sobre asuntos puntuales y preguntas previas a la toma de decisiones [...]”</p>	<p>Contexto/historial</p>

Título	Categorías
P10: “El segundo, está dedicado a la producción artesanal de cerveza a través de su muy personalizada empresa Cervocol”.	Historial (información general sobre participantes)
P11: “Y así, como ellos, hay varios universitarios más, estudiantes aún o egresados que un día se atrevieron y ahora son gerentes de su propia iniciativa [...]”	Contexto (consecuencias-predicción)

Fuente: elaboración propia

Como se puede apreciar, la forma adecuada de seguir esta ramificación de la superestructura de la noticia, algo compleja por la variedad de categorías semánticas, es mediante el cotejo de los niveles de análisis o de la superestructura del texto de la noticia. Esos niveles se relacionan mutuamente a través de las descripciones del contexto y el historial expresadas en el cuadro 2 y las cuales conforman, a su vez, una detallada parcelación de la noticia, que es puesta a favor, como base para despertar el interés del lector. Según el cuadro, el acontecimiento principal –“¡Emprendedores!, de la idea a la práctica”– se forja en varias categorías semánticas:

- a. **Causas:** “¡Dudas? Muchas. Y con las dudas los temores [...]” (P1).
- b. **Tiempo:** “Todos en algún momento quisieron desistir de la idea que de tiempo atrás venía dando vueltas [...]” (P1). Lo anterior, pone en evidencia las principales dificultades que han tenido los emprendedores.
- c. **Objetivo:** “[...] Se cansaron de mera ideología y un día se resolvieron a poner sobre la tierra esa iniciativa [...]” (P2). Si del acontecimiento principal se pasa a las conclusiones, es notorio cómo surgen algunos comentarios o expectativas a corto plazo: “Y así, como ellos, hay varios universitarios más, estudiantes aún o egresados que un día se atrevieron y ahora son gerentes de su propia iniciativa [...]” (P11).

A veces no aparecen en un texto todas las categorías semánticas ni están expresadas de manera consecutiva, pero ello no logra romper el esquema de la superestructura de la noticia. Para el caso, lo expuesto se cristaliza a través de los ejemplos (los casos de estudiantes que han puesto en práctica sus ideas). De esta forma, se manifiesta una coherencia local²⁷ referida al significado global que se expresa en el titular (macroestructura). Para este fin, el texto recurre al uso de diferentes adverbios determinativos (de lugar, modo, tiempo, cantidad, afirmación, negación y duda) para mostrar el acontecimiento principal (P1, P2) en frases como: “[...] que por *dónde* empiezo [...]” (lugar), “[...] que *cómo* hago con esto [...]” (modo), “[...] *dónde* consigo la materia prima [...]” (lugar), “[...] *de tiempo atrás* [...]” (tiempo), los cuales proporcionan un marco de referencia unificado en cuanto a las dificultades iniciales que poseen los emprendedores cuando les asiste una idea y quieren ponerla en práctica; no así en relación con las causas de dichas dificultades.

Se encontró, igualmente, la utilización de macro-reglas semánticas, especialmente de generalización:²⁸ “quisieron”, “les surgió”, “se fueron yendo (sic)”, “se cansaron”, “se

²⁷ La coherencia en el texto se puede denotar cuando las proposiciones de los distintos hechos, expresadas allí, están **mutuamente relacionadas**.

²⁸ La generalización puede ser considerada como un mecanismo que sirve para organizar la información; se logra a partir de la aprehensión de la realidad, coadyuvando a simplificarla.

resolvieron”, “los vemos”, “sus andanzas”, “han ido resolviendo”, “son gerentes”. En estos ejemplos se puede observar que el periodista alude a las características de las personas (lo que hacen o tienen) y no a la identidad del personaje (lo que es). A fin de cuentas, lo dicho connota consideración del *ser* como una generalización del *hacer*, cuando se refiere a la situación actual de los estudiantes universitarios que han optado por el camino del emprendimiento. Lo anterior, se evidencia específicamente en P2: “[...] se cansaron de mera ideología [...]” (acción terminada), “[...] se resolvieron a poner sobre la tierra esa iniciativa, ese proyecto, esa propuesta [...]” (acción terminada), al referirse a algunos estudiantes universitarios (emprendedores con un conjunto de cualidades) que decidieron poner en práctica su idea. Para ello, la noticia utiliza algunas nominalizaciones; los verbos que indican acción, en sí mismos, se convierten en acciones acabadas, imposibles de asociar con la propia experiencia, evento que proporciona al lector una inferencia lógica acerca de dejar atrás las dificultades y aventurarse a ser emprendedor.

Estas proposiciones, en todo caso, son hiladas a través de distintos conectores que agrupan los diferentes episodios o párrafos, tales como:

- (P2) “Es decir”: explicación o aclaración.
- (P3, P4) “Y”: conector de agregación.
- (P6, P7, P8 y P9) Nombres de personas o empresas: para dar continuidad al discurso (p.e., Catalina, Olga y Alberto...).

La utilización de estos conectores de explicación, de nombres y de agregación resalta la importancia de conocer lo que se está haciendo; el periodista trata de convencer al lector de los resultados que se pueden alcanzar. He aquí un instrumento básico para analizar la ideología del discurso institucional.

En este sentido, desde el punto de vista ideológico,²⁹ en algunos apartes de la noticia se observa el pronombre “ellos”, expresión que delata la existencia de un grupo endógeno específico de estudiantes de diferentes universidades. Esto refleja una ideología orientada a representaciones subjetivas del evento comunicativo y de sus participantes como miembros de categorías o grupos.

Debe quedar claro que en la noticia existe una manifestación implícita referida o proyectada al significado positivo que se despliega de ser *emprendedor*. Para enfatizarlo, los periodistas utilizan proposiciones autoidentitarias: “emprendedores”, “empresarios”, “generadores de empleos”, “innovadores de mundo”, “ejemplos de tozudez y perseverancia” y “universitarios”, entre otras. A partir de estas proposiciones, el grupo (emprendedores) se autodefine (“ellos” asumen como propias tales características). Por otra parte, son expresiones que aparecen en la noticia mediante descriptores de diferentes actividades atribuidas a este grupo de personas: “líderes”, “exportadores”, “exitosos”; es decir, ideológicamente “ellos” son cualificados como emprendedores.

En fin, todo lo dicho hasta ahora explica por qué la formación de emprendedores es considerada fundamental en el desarrollo de la ciudad de Medellín y en esta institución en particular. Allí es donde “ellos” construyen la “realidad” que “queremos” y no la que “tenemos”. De ahí la utilización permanente de estrategias discursivas de persuasión, a través de proposiciones como “ellos, pues, no ven basura, ven oportunidades productivas”, “ellos, están en la honda de ofrecer hogares inteligentes, como inteligentes son las ideas de todos los que ven

²⁹ “Investigadores de otras disciplinas como la Psicología, la sociología o la antropología han trabajado perspectivas similares. (Billig, 1991), a partir de categorías socio cognitivas como creencias y percepciones, explica que el discurso y el pensamiento son fenómenos ideológicos que dan cuenta del carácter social de los seres que se expresan y piensan” (Pardo Abril, 2002, 15).

oportunidades en donde otros no ven más que dificultades”.

Este tipo de estrategias persuasivas son las que instalan al lector en otra posición; las que generan una polarización negativa respecto del tema “emprendedor” al interior de la institución, dado el mensaje implícito de la noticia: “si no emprendes no eres exitoso”, “si no emprendes no tendrás una estabilidad económica”, “si no emprendes no estarás ayudándole a tu ciudad”, “si no emprendes serás un empleado más”; expresiones que conducen a una modalidad de mandato: “debes emprender”.³⁰

Como quiera que sea, la noticia, a través de su macroestructura semántica (título), es consecuente con todo el postulado de su superestructura (organización). Gracias a los efectos sobre el destinatario, en el desarrollo de la noticia varios jóvenes tomaron la decisión de *hacerse* emprendedores. Evidentemente, el discurso periodístico conserva en sí mismo una construcción nominal que busca atraer la atención del lector y su consiguiente adhesión.

Conclusiones

A lo largo de este escrito se expusieron algunos de los análisis realizados en la investigación denominada “Los discursos y la praxis social del Emprendimiento en Instituciones de Educación Superior Públicas y Privadas de la ciudad de Medellín”. Para alcanzar su objetivo, se aplicó el análisis textual de la noticia como discurso, a manera de metodología del Análisis Crítico del Discurso. En virtud de esto, se mostraron algunos indicios empíricos de la

³⁰ Estas estrategias de persuasión pueden ser consideradas, según el ACD, como una forma de derivación de poder. En la misma línea, el uso de estas estrategias discursivas manipulan los modelos mentales de la audiencia, de manera que las cogniciones sociales (actitudes, ideologías, normas y valores) predominantes deben ser desarrolladas y orientadas a servir al interés del grupo dominante, según acota Pardo Abril (2002, 21).

manera *global* como está orientado el discurso del emprendimiento (titulares, episodios, comentarios) a través de la información emitida por los participantes encargados de su “construcción” en las instituciones del corpus.

El análisis identificó algunas posturas ideológicas³¹ que rigen el discurso. En este, los emprendedores son vistos en tanto personas con cualidades y características “propias”, cuyos estereotipos³² (sujetos) son concebidos como generadores de desarrollo y bienestar; sujetos pertenecientes a un grupo endógeno con otra visión de mundo, quienes transforman y construyen nuevas *realidades* para la ciudad de Medellín, diferentes a las actuales. Desde el punto de vista estilístico, se utilizan indistintamente palabras como “empresario”, “exportador” y “líder”. La intención que subyace es *enseñar* el modelo de “emprendedor”. Como se puede observar, son formas del discurso que expresan más o menos lo mismo; indican en el texto un contexto de cualidades personales y sociales que debe poseer cualquier emprendedor y el rol que cumple al interior de la institución y de la sociedad.

A nivel retórico, se apela a la “repetición” y a la “generalización” mediante las cuales se insiste en *mostrar* los beneficios sociales y personales de ser emprendedor, y la posibilidad de que **todos** aspiren a hacer parte de este grupo de individuos. En contraposición, devela una

³¹ “Al integrar las bases teóricas y empíricas de la pragmática, la etnometodología y la semiótica. Establecen que las personas usan la lengua para “hacer cosas” y para alcanzar ciertos fines. Es decir, el discurso no es simplemente un conjunto de herramientas abstractas usadas para establecer o describir cosas, sino que se usa para transformar ciertas cosas en la sociedad; en este sentido es de carácter funcional” (Pardo Abril, 2002,15).

³² Parafraseando a Lakoff, el prototipo se define respecto de los modelos cognitivos idealizados (simplificaciones y comprensiones esquemáticas de la realidad percibida), no afín al mundo real o al acontecimiento que de él pueda tener un individuo.[...] . Los efectos prototípicos surgen precisamente de interrelaciones imperfectas entre la realidad y el modelo cognitivo idealizado Lakoff (1982,165)

postura negativa hacia “aquellas” personas al interior de la institución que no se acogen a esta “opción”. Lo planteado se hace evidente en expresiones como: “[...] en vez de conformarse con ser profesionales que reparten hojas de vida [...]”, “[...] en donde otros no ven más que dificultades [...]”.

En síntesis, la noticia como discurso posee niveles y dimensiones heterogéneas que se interrelacionan entre sí. Esta situación es propicia para la identificación de diferentes aspectos estratégicos que posibilitan dilucidar la manera como se abordan determinados temas al interior de una institución. Nada ajeno al propósito que inspiró esta investigación, pues ella proporcionó un adecuado marco de análisis para la comprensión del discurso del emprendimiento al interior de dos IES de la ciudad de Medellín. A partir de analizar la noticia como discurso, se logró una aproximación a posturas ideológicas, dispositivos discursivos y estrategias de persuasión que son empleadas al interior de cada una de las universidades para orientar la praxis social del emprendimiento.

Este trabajo, finalmente, busca llamar la atención acerca de la utilización que se está dando al lenguaje en el interior de las instituciones educativas de la ciudad. Nada más ilustrativo que la información suministrada por los estudiantes, egresados y comunidad en general: se están construyendo “estereotipos” que pueden originar polarizaciones en temas como el emprendimiento. La intención es clara: una invitación a ser más precavidos al momento de referirse a este tipo de programas.

Referencias

- Niño Rojas, V. (2007). *Fundamentos de Semiótica y Lingüística*. Bogotá: Eco.
- Bello, M. E. (2003). *Educación y globalización. Los discursos educativos en Iberoamérica*. Venezuela: Anthropos.
- Bolívar, A. (2005). *Análisis del Discurso: ¿Por qué y para qué?* Caracas: El Nacional.
- Bueno Lajusticia, M. R. (2000). “Estructura textual, macroestructura semántica y superestructura formal de la noticia”, *Estudios sobre el mensaje periodístico*, 6. Madrid, pp. 239-258.
- Calsamiglia, H. y A. Tusón. (2002). *Las Cosas del decir*. Barcelona: Ariel.
- Chomsky, N. (1977). *Problemas actuales en la Teoría Lingüística: Temas teóricos de gramática*. México: Siglo XXI.
- Cuenca, M. J. y J. Hilferty. (1999). *Introducción a la Lingüística Cognitiva*. Barcelona: Ariel.
- De Saussure F.(1945). *Curso de Lingüística General*. (Amado Alonso, Trad.). Buenos Aires, Argentina: Losada.
- Fairclough, N. (2003). “El análisis crítico del discurso como método para la investigación en ciencias sociales”, Ruth Wodak: *Métodos de Análisis Crítico del Discurso*. Barcelona: Gedisa, pp. 179-203.
- _____. (2000). “Análisis Crítico del Discurso”, T. A. van Dijk: *El discurso como Interacción Social*. Barcelona: Gedisa, pp. 367-404.
- Foucault, M. (1978). *La Arqueología del Saber*. México: Siglo XXI.
- Ibáñez Gracia, T. (2003). “El giro lingüístico”, L. Iñiguez Rueda: *Análisis del discurso: Manual para las Ciencias Sociales*. Barcelona: UOC, pp. 23-45.
- Jäger, S. (2003). “Discurso y Conocimiento: aspectos teóricos y metodológicos de la crítica del discurso y del análisis de dispositivos”, Ruth Wodak: *Métodos de Análisis Crítico del Discurso*. Barcelona: Gedisa, pp. 61-100.

- Lakoff, G. (1982). Categories: An essay in cognitive linguistics. In The Linguistic Society of Korea (Ed.). Seoul: Hanshin Publishing Company, pp. 139-193.
- Martínez, M. C. (2001). *Análisis del Discurso y práctica pedagógica*. Rosario, Argentina: Homo Sapiens.
- Pardo Abril, N. G. (2002). "El Análisis del Discurso en las Ciencias Sociales", Universidad Nacional, Curso Internacional: *Análisis del Discurso en las Ciencias Sociales, la Cultura y el Territorio*. Bogotá: Imprenta Patriótica del Instituto Caro y Cuervo, pp. 11-30.
- Pérez Grajales, H. (1995). *Comunicación escrita producción e interpretación*. Bogotá: Magisterio.
- Sánchez Ortega, J. I. (2005). "Los sentidos que circulan en la información institucional", L. A. Ramírez Peña y G. Acosta Valencia: *Estudios del Discurso en Colombia*. Medellín: Universidad de Medellín, pp. 401-414.
- Scollon, R. (2003). "Acción y Texto: para una comprensión conjunta del lugar del texto en la (inter) acción social, el análisis mediato del discurso y el problema de la acción social", Ruth Wodak: *Métodos de Análisis Crítico del Discurso*. Barcelona: Gedisa, pp. 205-266.
- Titscher, S.; Jenner, B.; Meyer, M. & Vetter, E. (2000). *Methods of text and discourse analysis*. London: Sage.
- Universidad de Antioquia. (2006). "¡Emprendedores! de la idea a la práctica", *Alma Mater*, (Marzo). Medellín, pp. 30-31.
- Universidad Pontificia Bolivariana. (2005). "Emprender para el futuro", *Síntesis Bolivariana*, (Mayo). Medellín, p. 12.
- Van Dijk, T. (2003). La Multidisciplinariedad del Análisis Crítico del Discurso: un alegato a favor de la diversidad. Ruth Wodak: *Métodos de Análisis Crítico del Discurso*. Barcelona: Gedisa, pp. 143-177.
- _____. (2001). *La noticia como discurso: comprensión, estructura y producción de la información*. Barcelona: Paidós.
- _____. (2000). "El estudio del discurso", *El Discurso como estructura y proceso*. Barcelona: Gedisa, pp. 21-65.
- _____. (1997). *La ciencia del texto*. Barcelona: Paidós.
- _____. (1986). *Estructuras y funciones del discurso: una introducción interdisciplinaria a la lingüística del texto y a las estructuras del discurso*. México: Siglo XXI.
- _____. (1983). Estructuras Textuales de las noticias de Prensa. *Análisis. Quaderns de comunicació i cultura*; I 7(8), pp. 77-105.
- _____. (1980). "Algunas notas sobre la ideología y la Teoría del discurso", revista *Semiosis*, N°5. Xalapa: Universidad Veracruzana, pp. 37-53.
- Wodak, R. (2003a). "De qué trata el Análisis Crítico del Discurso (ACD). Resumen de su historia, sus conceptos fundamentales y sus desarrollos", *Métodos de Análisis Crítico del Discurso*. Barcelona: Gedisa, pp. 17-34.
- _____. (2003b). "El enfoque histórico del discurso", *Métodos de Análisis Crítico del Discurso*. Barcelona: Gedisa, pp. 101-142.