

générations constituent une question de vie ou de mort pour les langues bretonne et laponne.

En exposant les politiques linguistiques de la France et des pays nordiques, les idéologies qui les régissent et les conséquences qu'elles relèvent, on voit pleinement comment on est arrivé à la situation regrettable d'aujourd'hui. En même temps, l'hypothèse de mon travail se trouve confirmée: bien que différentes par leurs traditions, les deux ethnies ont été mises sous le même joug. Par conséquent, le destin des deux peuples est dans le même plateau de la balance. Il est bien sûr un peu hasardeux d'en tirer la conclusion que les conséquences soient équivalentes pour toutes les minorités linguistiques opprimées dans le monde. Néanmoins, je crois fermement que les mécanismes sociolinguistiques peuvent fonctionner d'une façon analogue indépendamment du lieu et du temps. «*Les hommes [...] sont-ils égaux? Oui, aussi longtemps qu'ils se taisent.*» (Harald Weinrich).

* Résumé d'une thèse «pro gradu» présentée à la Faculté des Lettres d'Åbo Akademi (l'université suédoise de la Finlande) en juin 1997. Le prix de l'AFinLA (l'Association Finlandaise de Linguistique Appliquée) pour la meilleure thèse pro gradu dans le domaine de la linguistique appliquée pour l'année 1997 lui fut attribué en novembre 1997.

O.E.

M

PUBLICATIONS ACTUELLES

Åbo Akademi University Press (Åbo Akademi Förlag) viennent d'être publiés les Actes d'un colloque tenu au Département de français et de langues classiques d'Åbo Akademi les 14 et 15 mai 1997. Le colloque avait pour thème *Språk- och kulturkontraster. Om översättning till och från franska*, qui est aussi le titre de ses Actes. Voici les dix articles que réunit le volume :

Sven Björkman, *Traduire la traduction : Sängen om Rhône – La version suédoise d'une œuvre classique de la littérature provençale et française.*

Anne-Christine Hagström, *Metaforer som kulturbärare.*

Rune Ingo, *Översättning i teori och praktik: de fyra grundaspekterna.*

Kerstin Jonasson, *Översättningsförmåga och översättarkompetens.*

Ulla Rosén, *Koberensmarkeringar i franska och svenska. Exempel ur E. Badinters XY De l'identité masculine och den svenska översättningen.*

Jan Stolpe, *Blunda ett ögonblick och tänk. Om att översätta.*

Brynja Svane, *Comment traduire la réalité? Étude de la traduction des expressions référentielles.*

Olli Välikangas, *Jeter, kasta, heittää et congénères : synonymie et polysémie contrastive.*

Elisabeth Tegelberg, *Generalisering och analys: två semantiska tendenser vid översättning av svenska rörelseverb till franska.*

Olof Eriksson (éditeur), *Presensparticipet i svenskan och franskan. En jämförande studie av syntaktisk distribution.*

Språk- och kulturkontraster. Om översättning till och från franska, Åbo Akademi Förlag (Kaskisgatan 2 C 14, FIN-20700 Åbo), Åbo 1998, 171 pages, ISBN 952-9616-96-1, FIM 90. Distribution : Tibo-Trading, Pb 33, FIN-21601 PARGAS, Finland.

JUAN CARLOS PIÑEYRO

Lo ideológico en la instancia comunicativa

Juan Carlos Piñeyro är doktorand i spanskspråkig litteratur vid Stockholms universitet. Hans avhandlingprojekt berör ideologi i Jorge Luis Borges' författarskap. I denna artikel tar författaren upp frågan om vilken plats ideologiska system har i mänsklig kommunikation i allmänhet.

1. Aspectos generales

Aunque la tesis sobre "el fin de las ideologías" lanzada entre otros por el sociólogo norteamericano Daniel Bell (*The End of Ideology*, 1960) ha cobrado actualidad a partir de la autodisolución del llamado "bloque socialista", las investigaciones y simposios sobre la presencia de la ideología en los fenómenos culturales no han dejado de sucederse ampliando en los últimos años el radio de estudio. En consecuencia, quienes postulan una relación entre lenguaje e ideología han ido ganando mayor espacio en el ámbito lingüístico y literario debido a que la investigación sobre el concepto de ideología se ha desplazado desde las disciplinas donde con frecuencia se lo examinaba, hacia la lingüística y la comunicación.

Sin embargo, la conexión entre ideología y lenguaje, consecuentemente sostenida por teóricos de orientación marxista, lejos está de aceptarse sin reservas, pese a los augurios ensayados hace poco más de una década por el investigador portugués Carlos Reis¹. Por el contrario, la ideología y su posible relación con el lenguaje (y el arte en general), es tema de controversia, más aún cuando el concepto mismo, debido a su ambigüedad, ha sido frecuentemente cuestionado cuando no redefinido desde diferentes ángulos.

De todo modos, estas páginas parten de la hipótesis general de que lo ideológico es inherente a todo fenómeno sociocultural en la medida en que las ideologías no sólo se circunscriben al ámbito de los partidos políticos, sino que también se manifiestan en las acciones tanto colectivas como individuales de la vida diaria: es posible expresar un juicio de valor tanto en la forma de vestirse y, más claro aún, en la de vivir, como mediante la palabra (vid. Liedman, 1989:12). De ahí que consideremos verificable una relación entre lenguaje e ideología ya en enunciados del habla cotidiana.

2. Diversidad del discurso ideológico

El concepto de ideología ocupa un lugar preponderante en Ciencias Políticas, pero incluso en esta disciplina aparecen usos diferentes del mismo, tal

¹ Al comienzo de su obra *Para una semiótica de la ideología*, C. Reis (1987:14) da por descontado "el reconocimiento tácito o expreso de la dimensión inevitablemente ideológica de toda práctica cultural".

como observa John B. Thompson (1984:77) en su *Studies in the Theory of Ideology*. Es así como se encuentran los que emplean el concepto en forma peyorativa y lo limitan a aquellas doctrinas políticas que intentan instaurar un orden social antidemocrático, así como quienes con el vocablo designan todo sistema de credo político, independientemente de si son doctrinas que orientan la acción para preservar, subvertir o reformar el orden social reinante. En el habla corriente, el término se usa entonces de manera neutral, y para referirse a la ideología de los partidos políticos: la ideología socialista, liberal, conservadora, etc. En este contexto *ideología* denota una serie organizada de afirmaciones y propuestas, declaraciones de principios, reivindicaciones y valoraciones generales que atañen el desarrollo de la sociedad y de los individuos.

Thompson señala, sin embargo, que aceptar una noción de ideología tal, es decir, como sistema de ideas orientado hacia la práctica política, implica, por una parte, omitir la conexión entre ideología y crítica de la dominación que es constitutiva del concepto de ideología en Marx, y por otro (lo cual nos parece más relevante en este contexto), desconocer que lo ideológico no respeta los límites de lo político. Si alguien se propone estudiar las ideologías, escribe Thompson, es invitado a examinar las doctrinas que articulan la organización de los partidos políticos; uno

no longer sees that the most effective ground of ideology is not the domain officially defined as 'politics', but rather the domain of everyday life - the home, the workplace, the school, the media. Restricting the study of ideology to an examination of official politics is like confining a study of British culture to an excursion through the Tate. (Thompson, 1984:83)

Thompson quiere decir – con toda razón – que conceptualizar la ideología en términos de creencias implica desplazar la atención de un problema tan complejo y crucial como lo es el de la relación entre ideología y lenguaje. Esta relación puede apreciarse con claridad si observamos los cambios que se operan a nuestro alrededor.

3. El análisis ideológico

El propósito del análisis ideológico es interpretar la información “extra” u “oculta” que contienen los enunciados con la finalidad de poner de manifiesto el mensaje subyacente generado por el sistema connotativo. Los aportes de Roland Barthes (*Eléments de Sémiologie* [1964])² en este sentido se consideran aún hoy de gran importancia. Así, en un estudio reciente sobre el concepto de ideología, el catedrático de Teoría Política de la universidad de Kent, David McLellan, afirma:

² Los corchetes indican la fecha de la primera edición de las obras, mientras que los paréntesis, el año de la edición que hemos consultado.

Speech is the manifest level, the one that is immediately apparent; language is the latent level, the hidden structure. It is in language that ideology is to be found. The ideological message is contained in the underlying structure, which is so packaged in speech as to be more or less inaccessible to both speakers and hearers. One of the most lucid, influential and readable exponents of this view, Roland Barthes, expresses this as a distinction between what a statement *denotes* and what it *connotes*. (McLellan, 1995:60 s.)

La consideración del discurso ideológico como elemento camuflado no deja de ser problemática, aunque por cierto establecida y aceptada como premisa por los críticos ideológicos. Carlos Reis, en la obra antes citada, intenta precisar los límites metodológicos para el análisis interpretativo-descriptivo de la presencia ideológica en el discurso literario, y comparte dicha descripción del mensaje ideológico, ya que para él, la ideología encierra generalmente un proyecto de poder, y por ello tiende

a ocultar sus verdaderas motivaciones, prefiriendo explicarlas a través de un discurso que, si no es enteramente críptico, exige, al menos, un trabajo de descodificación que sólo se refiere a esas motivaciones por una vía mediata. (Reis, 1987:36)

El “mensaje ideológico” estaría contenido en la estructura profunda del texto, y así vemos cómo priva la idea de que esté oculto de forma tal que ni el destinatario ni el emisor acceden fácilmente al mismo. Lo cual reclama no sólo agudeza sino un grado no despreciable de especialización en el arte hermenéutico.

Pero si dicho mensaje fuera así de inaccesible, ¿no fracasaría acaso la comunicación, y por tanto la eficacia del propio discurso? Aunque el mensaje no siempre esté verbalizado, de todas formas se realiza, entre otras cosas porque la ideología se manifiesta en el modo de comportamiento de los individuos, como se escribía antes. Entonces el discurso ideológico no necesariamente estaría encubierto, sino que, por el contrario, se establece de manera ostensible en la medida en que instaura una determinada *visión del mundo* al practicarse el intercambio comunicativo.

En este sentido cabría observar que el discurso ideológico no tiene fuerza de convicción por las ideas abstractas o las reivindicaciones sociales que formula, sino por la manera de relacionar tácitamente aquello que para sus agentes emisores se presenta como natural o en comunión con el sentido común, como afirma el investigador Sven-Eric Liedman (1992:343s.). Así, en las diversas formas de comunicación, ya sea en el lenguaje cotidiano, en la publicidad o en la literatura, se reproducen valores y creencias como si fueran permanentes y universales, cuando en realidad son creaciones de una cultura determinada. De este modo las ideologías cumplen una de sus funciones primordiales: describir y al mismo tiempo estructurar la realidad de acuerdo a las visiones del mundo legitimadas en las interrelaciones sociales³.

³ Así por ejemplo, en sociedades regidas aún por una ideología patriarcal, lo diferente – el feminismo, la bi o la homosexualidad –, es experimentado como amenaza, y por ello negado o combatido por ‘ilegítimo’.

4. Signos ideológicos en el lenguaje cotidiano

El "modelo sueco" (diseñado en los años treinta por los ideólogos socialdemócratas y aceptado por la mayoría de los empresarios industriales), implicaba, entre otros aspectos, la organización de un Estado de corte paternalista, el mismo Estado que se deteriora a finales del milenio en beneficio de un proyecto político antiestatal, inspirado en ideas neoliberales. No es difícil percibir en el lenguaje cotidiano un reflejo de este proceso de transformación social. De este modo, por ejemplo, hasta hace un par de décadas todavía se describían en el seno de *Folkhemmet* (El hogar nacional) las relaciones al interior de las empresas como si éstas fueran grupos familiares, en las que los patronos ocupaban el papel de patriarcas bienhechores. Pero – como señala, no sin ironía, la economista Agneta Stark – en el día de hoy las empresas ya no se comparan con una familia:

Por el contrario, la familia a menudo se compara con una empresa. La familia se describe como una "unidad de producción", la convivencia se "explica" como el encuentro entre la oferta y la demanda. Una persona que desarrolla sus conocimientos y se vuelve más experimentada "invierte en su capital humano". Del individuo se dice que es un "objeto de inversión", incluso para sí mismo. Al conocimiento se le designa como un "factor de la producción" (Stark, 1994:49, trad. mía).

Los cambios estructurales no inciden sólo en la organización del sector público o en la producción industrial o agraria; las medidas políticas y económicas introducen nuevos conceptos, desplazan términos clave de periodos anteriores, reactivan otros en desuso, o amplían su significado. De este modo, en la actualidad se aplican al sector terciario formas organizativas y metas de productividad propias del sector industrial. Los institutos de enseñanza, las policlínicas y los centros geriátricos han pasado a denominarse «unidades de rendimiento» (*resultatenheten*). El personal de una guardería ya no tiene que relacionarse con padres que dejan allí a sus hijos, sino con sus «usuarios» (*brukare*). Los estudiantes universitarios son "clientes" a los que se les exigirá a su debido tiempo que produzcan conocimiento de acuerdo a la necesidades de desarrollo de una sociedad altamente tecnificada; los doctorandos son ofrecidos a la Industria en las Ferias tecnológicas...

¿Simple cambio de terminología? Cuando la sociedad se reorganiza aplicando medidas o leyes económicas, los nuevos conceptos no hacen otra cosa que describir esa nueva realidad. ¿Pero solo describen? Los vocablos introducidos, o puestos de moda, al mismo tiempo que se constituyen en huellas o signos del sistema de valores vigente, instauran en la comunicación una determinada *visión del mundo*. Una sociedad que incentiva la cooperación tiende a resolver en común las necesidades básicas de sus miembros, y por ello, trata de regular y nivelar los diferentes intereses que emergen en su seno. En este ámbito, no es extraño que en la sociedad predomine el concepto de lo «solidario», en forma explícita y, de manera subyacente, el de la «igualdad»

En cambio, una sociedad que estimula y trata de vertebrarse alrededor de la competencia promueve soluciones individuales permitiendo la libre lucha de intereses, tanto a nivel particular como sectorial. Aquí, el «espíritu cooperativo» es obviado para realzar un «espíritu competitivo». En un espacio social con estas características siempre habrá débiles y fuertes, ganadores y perdedores; y la «eficacia», y la «productividad» serán los valores explícitos y legítimos, mientras que a nivel subyacente regirá la noción de «desigualdad» social.

En el proceso de cambios que la sociedad sueca atraviesa en estos últimos años, no sólo se da una sustitución de conceptos, sino que también algunos reactivan una acepción poco empleada. Tal el caso de la noción «se alquila», utilizada generalmente en relación con *objetos* de consumo, pero que las oficinas privadas de colocaciones lo emplean ahora regularmente en las campañas publicitarias, ofreciendo *de alquiler* personal joven, sano, eficiente.

En otro ámbito, por cierto inesperado, se maneja el mismo concepto a raíz de la separación de la Iglesia y del Estado sueco. Esta medida política acarrea una consecuencia de orden laboral: los pastores luteranos que han sido siempre «empleados públicos» pasan ahora a depender económicamente de la administración eclesiástica. Para evitar posibles conflictos, los pastores que deseen mantener una relación laboral con el Estado podrán hacerlo, pero entonces la Administración pública los *alquilará* – según el lenguaje periodístico de actualidad – para que puedan realizar los servicios religiosos en los templos correspondientes. La inclusión de los representantes de los valores espirituales de la sociedad en el concepto «se alquila» activa en la comunicación social una visión determinada de las relaciones humanas en la que las personas se perciben como objetos de uso e intercambio mercantil, siendo esto un índice de un tipo de cultura particular.

5. Pautas culturales en el lenguaje

Tradicionalmente los estudios semánticos han considerado el significado convencional o gramatical de los enunciados, sin tener en cuenta que el uso del lenguaje en la comunicación no sólo está determinado por pautas socioculturales propias de la comunidad de hablantes, sino que también reactiva esas pautas en la mente de cada uno de ellos.

Es así como a veces comprendemos las palabras de un enunciado sin lograr captar el significado que el emisor sugiere; puede suceder que dichas palabras estén fuera de contexto, o que no se disponga de la información suficiente para interpretar el mensaje. También puede ocurrir que no entendamos la perspectiva o el modo de pensar del hablante. En estos casos es fácil ver cómo una determinada *visión del mundo* se hace presente en los enunciados del habla cotidiana, y con ello una ideología, aunque ésta no se encuentre formulada en una serie coherente de postulados, sino expresada mediante palabras clave que pueden indicar – como los llamados marcos

mentales (*frames*)⁴ – una determinada organización sociocultural. Consideremos como ejemplo la información siguiente emitida por un/a profesor/a de español a estudiantes suecos de nivel medio o superior:

- (a) Dentro de tres semanas tendré que viajar a Gotemburgo para estar presente en el sepelio de mi suegra

Los estudiantes comprenderán el mensaje sin dificultad alguna, ya que en Suecia es normal que los entierros se produzcan dentro de ese plazo. Pero si el mismo enunciado:

- (b) Dentro de tres semanas tendré que viajar a Gotemburgo para estar presente en el sepelio de mi suegra

se pronuncia ante un auditorio en Montevideo por un/a profesor/a visitante, los oyentes, aunque comprendan el significado literal, quedarían desconcertados y convencidos de que han captado mal el mensaje. ¿Por qué? En primer lugar, porque normalmente los funerales se realizan en un plazo no mayor de las 24 horas a partir de la defunción, y entonces se vuelve incomprendible hablar de un sepelio como de un acontecimiento previsible en un futuro relativamente lejano; uno se preguntaría ¿cómo es posible que esta/e Sra./Sr. sepa ya que su suegra ha de fallecer?!!! En segundo lugar, porque la comprensión adecuada de un mensaje depende de las implicaturas, o sea, del significado que el oyente le suma al significado literal que transmiten los enunciados. Este significado se produce debido a los principios de cooperación que rigen entre hablante y oyente en todo acto comunicativo, según la teoría de H. P. Grice (1975). Es así como el significado adicional que los oyentes montevidianos espontáneamente pueden atribuirle al enunciado (b) nunca podría descodificar correctamente el mensaje. Y es que la información secundaria que produce (a) en su contexto nórdico no es la misma que produce (b): en el ámbito rioplatense el mismo mensaje genera otros significados pragmáticos, como se verá a continuación.

En la *visión del mundo* que los estudiantes sudamericanos comparten no cabe sino excepcionalmente la idea de que una ceremonia de tal índole pueda planearse en esos términos temporales, lo cual les inhibe de una interpretación adecuada. Por otra parte, la explicación de que estos jóvenes, pese a entender las palabras del mensaje, no pueden descifrarlo adecuadamente debido al contexto cultural, indica la importancia de este factor en la interpretación correcta de la información *secundaria* o connotativa que los mensajes poseen, lo que, vale la pena recordar, reafirma el papel determinante del contexto en la producción de significado.

Se puede afirmar entonces que en el enunciado (a), y sobre todo, en la noción o marco mental de *sepelio*, están implícitas determinadas pautas cul-

⁴ La noción de marco mental (*frame*), acuñada a partir de las investigaciones sobre la Inteligencia Artificial, designa una estructura de datos que sirve para representar una situación estereotipada (*vid. p. ej.*, Eco, 1993:114).

turales que los participantes de una instancia comunicativa comparten a través de una historia común, y que remiten a una realidad social donde:

- (I) no se practica la norma judeocristiana de sepultar a los muertos dentro de las 24 horas de ocurrido el deceso, y donde rige la práctica precristiana de la cremación; por tanto,
 (II) las honras fúnebres se pueden realizar de acuerdo a un planeamiento detallado y racional decidido por los deudos, ya que
 (III) hay disponibilidad de construcciones para depositar los difuntos en espera de una fecha adecuada para la realización de las exequias;
 (IV) en el marco mental *sepelio* se refleja un pensamiento racional.

En cambio, en el enunciado (b) la noción de *sepelio* remite a una realidad social diferente donde:

- (I) no está oficializada, ni es común la incineración de los muertos, y donde el plazo para llevar a cabo las honras fúnebres está determinado por la prescripción judeocristiana; por tanto,
 (II) es imposible planificar la fecha de las exequias de acuerdo a las necesidades o deseos de los deudos; además
 (III) no existen morgues especiales donde los cadáveres aguardan turno para ser sepultados; en consecuencia,
 (IV) toda racionalización aparece como inadecuada cuando no absurda.

Por tanto, la instancia comunicativa de (a) activa una noción de *sepelio* que implica una determinada *visión del mundo* diferente de la *visión del mundo* que activa la noción de *sepelio* en (b). En toda su simplicidad, el enunciado (a) revela la concepción (consciente o inconsciente) ético-religiosa del emisor hacia la muerte (racional, protestante), y por ello la instancia comunicativa de (b) no es exitosa, en la medida en que los oyentes no comparten dicha visión. De ahí que se pueda afirmar, por un lado, que los marcos (y los signos en general) no son neutros sino que están siempre expuestos a lo que podría llamarse la contaminación ideológico-cultural provocada por el medio donde se manifiestan, y por otro, que la ideología, más que ocultar, denuncia la realidad de la cual formamos parte.

6. La ideología desde la semiótica

En su *Tratado de semiótica general* [1976], y en su *Lector in fabula* [1979], Umberto Eco reelabora el tema de la ideología tratado con anterioridad en *La estructura ausente* [1968]. Eco ratifica el nivel de connotación ideológica de expresiones donde ésta aparecería “como un *residuo extrasemiótico* capaz de determinar la semiosis” (Eco, 1991:404) pero ajena a la codificación, como por ejemplo en

- (c) Hugo es sindicalista

En (c), la ideología no aparece codificada, pero la connotación ideológica (¿está bien o está mal ser miembro de una determinada organización obrera?) se reactiva cuando sabemos la identidad del emisor: si es enemigo de las organizaciones obreras estará censurando a Hugo; si es un compañero de trabajo, quizás afirmándolo. Pero incluso puede ser un trabajador que esté de acuerdo con la necesidad de organizarse a nivel gremial, pero que sin embargo, sea un adversario de Hugo, por ejemplo, si como en Suecia coexisten dos centrales obreras: LO y SAC. De ahí que, aunque el código lingüístico no la registre, como en (c), se debe presuponer la ideología del emisor (*vid.* Eco, 1991:404s.).

El semiótico italiano define la ideología como “visión del mundo organizada” y distingue entre la ideología del emisor (“materia de inferencia”) determinada por el contexto, y la ideología textual, “anclada a los códigos” (*ibid.*). Las expresiones ideológicas se pueden detectar, no sólo porque nos remiten a sistemas doctrinarios determinados, sino también porque evitan presentar la información complementaria que revelaría una contradicción, o los aspectos negativos inherentes a la misma (Eco, 1991:408 s.). En este sentido, la afirmación de que

(d) El mejoramiento del bienestar general depende de la disminución del paro, el que a su vez debe combatirse reduciendo los subsidios y reformando las rígidas reglamentaciones laborales.

constituye un aserto ideológico, lo haya expresado un dirigente político o un economista apolítico, porque no explicita las consecuencias sociales – miseria, marginación, hacinamiento – que dichas medidas significarían para buena parte de los ciudadanos. Por tanto, se puede sostener que es falso que el “bienestar general” se mejore con dichas medidas. En este contexto, omitir, ocultar, encubrir, siguen siendo conceptos clave para la definición del discurso ideológico. Y aunque Umberto Eco coincida con la descripción marxista de la ideología en cuanto a que mistifica o falsifica la realidad, más interesante es, sin embargo, anotar que esta descripción del funcionamiento de los signos o expresiones ideológicas no implica una conexión directa con una ideología determinada (como comúnmente observamos en los análisis de corte marxista).

De todos modos, es evidente que en el aserto (c) la ideología está fuera del texto, y así, la *visión del mundo* del emisor se mantiene de incógnita, “como un *residuo extrasemiótico*”, mientras que en (d) la ideología está presente en la estructura discursiva, o sea, “anclada a los códigos”, así como también en las visiones que presenta tanto de la realidad actual como de un mundo posible, ya que dentro de los límites de dicha parcialidad, el enunciado (d) sugiere el cuestionamiento de una sociedad en la que rigen determinadas leyes de seguridad social, y proyecta la visión de otra, en la que dicha legalidad disminuye considerablemente. Lo que de alguna mane-

ra implica que lo ideológico no está solamente oculto, sino que también se presenta de manera manifiesta. El discurso ideológico tampoco aquí no mistifica la realidad; por el contrario, la representa diáfananamente, como se ha mostrado también en el análisis de los enunciados (a) y (b).

En suma: el conocimiento ya sea intuitivo o racional de los sistemas de valores que se transmiten en el lenguaje cotidiano posibilita la comunicación y la interpretación adecuada de los fenómenos sociales. Por ello, toda descripción o interpretación de un hecho real o posible, revela necesariamente una manera de concebir la realidad afirmando, corrigiendo, y/o cuestionando *visiones del mundo* establecidas en el seno de la sociedad.

Bibliografía

- 1995 BARTHES, Roland: *Elements of Semiotic* [1964]. Hill and Wang, New York.
- 1988 BELL, Daniel: *The End of Ideology. On the exhaustion of political ideas in the fifties* [1960]. Harvard University Press, Cambridge Mass.
- 1979 –: *The Cultural Contradictions of Capitalism* [1976]. Second Edition, Heinemann, London.
- 1975 COLE, Peter, & MORGAN, Jerry, (eds): *Syntax and Semantic, 3, Speech acts*. Academic Press, New York.
- 1986 ECO Umberto: *La estructura ausente. Introducción a la semiótica* [1968]. Lumen, Barcelona.
- 1991 –: *Tratado de semiótica general* [1976]. Lumen, Barcelona.
- 1993 –: *Lector in fabula. La cooperación interpretativa en el texto narrativo* [1979]. Lumen, Barcelona.
- 1975 GRICE, H. P.: “Logic and Conversation”, en Cole & Morgan (eds), pp. 41-58.
- 1989 LIEDMAN, Sven-Eric & NILSSON, Ingemar: *Om ideology och ideologianalys*. Arachne. Texter från Institutionen för idé- och lärdomshistoria vid Göteborg universitet, Göteborg.
- 1989 LIEDMAN, Sven-Erik: “Om ideologier” en Liedman & Nilsson (ed), pp. 7-45.
- 1995 McLELLAN, David: *Ideology. Second edition*. Open University Press, Buckingham.
- 1987 REIS, Carlos: *Para una semiótica de la ideología*. Trad. del portugués de Angel Marcos de Dios. Taurus, Madrid.
- 1994 STARK, Agneta: *Halva makten – hela lönen*. Bonnier, Falun.
- 1984 THOMPSON, John B: *Studies in the Theory of Ideology*, University of California Press, Berkeley.

Glöm inte att ange namn och adress vid girering av prenumerationsavgiften. Anmäl adressändringar, även ändringar av postnumret, till tidskriften.

Don't forget to write your name and address when paying via Moderna Språk's giro. Please let us know if you have changed your address.