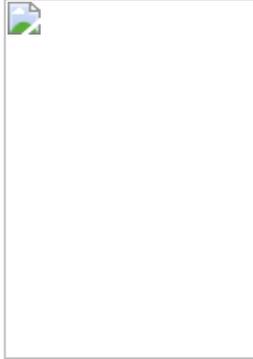


Expresión verbal en la comunicación mediática



(1.647 palabras)

Lic. Mirta Clara Echevarría ©

Universidad Nacional de Córdoba

República Argentina

echeva@satlink.com.ar

Escribir
sería el
"leer"
convertido
en
producción,
industria:
la escritura
- lectura.

Julia
Kristeva

INTRODUCCIÓN

Gran parte del mundo está recorriendo un puente entre dos eras comunicativas; entre la "era audiovisual en la comunicación social" -con el televisor como soporte fundamental- y otra, que gira alrededor del ordenador, la llamada era digital o "era de integración de los sistemas informativos y comunicativos" (Martín Serrano:1996).

Parecería, entonces, anacrónico o -al menos- extemporáneo centrar estas reflexiones en la expresión verbal. Sin embargo, lo lingüístico participa con gran peso e, incluso, configura el entramado del lenguaje de los medios. A pesar de las mediaciones y de los cambios de soportes de esas mediaciones, la lengua sigue formando parte de los lenguajes mediáticos. Se integra con lo icónico en la comunicación gráfica; con efectos y música, en la radio; con imagen y sonido en televisión y ordenadores. Por lo tanto, el dominio de la expresión verbal, de las estrategias discursivas es condición 'sine qua non' para quien trabaja en y para los medios.

Ese dominio no se refiere sólo a la corrección sintáctica o morfológica o a la conveniencia semántica sino a la toma de conciencia de la dimensión social del lenguaje y a la pertinencia de su estudio. Me refiero al conocimiento de los diversos factores que intervienen en la comunicación discursiva como proceso de producción de sentido.

LA DIMENSION SOCIAL DEL LENGUAJE

El comunicador social realiza sus producciones discursivas sobre la base de una lectura de los discursos ajenos (1). Lee las palabras de figuras públicas, de encuestas, de sus propios colegas. Lee y, a partir de esa actividad, interpreta, critica, parodia o satiriza.

La lengua, dice Lotman, es un sistema modelizante primario de la realidad; si a ello se le suman el contexto, el marco y las circunstancias comprendemos las variaciones de sentido que pueden atribuirse a las manifestaciones verbales.

La formación del comunicador implica el desarrollo de la competencia lectora junto a la escritural. Capacitarse como receptor, para actuar como emisor, significa bucear en busca de los comportamientos sociales subyacentes en todo texto. En comunicación social, como en la vida cotidiana, cada vez que utilizamos nuestra palabra incluimos la palabra de otro/ de otros, dialogamos con ella.

Mientras seleccionaba el orden de este trabajo, me persiguió el recuerdo de un relato de Julio Cortázar: "Acerca de la manera de viajar de Atenas a Cabo Sunion", que se encuentra en "La vuelta al día en ochenta mundos" (Tomo I, p.95) (2).

La historia es la siguiente: el narrador está a punto de realizar un viaje a Grecia y desea acercarse a Cabo Sunion partiendo desde Atenas. Antes de viajar, escucha el relato que hace un amigo de ese itinerario; el amigo narra con placer, con tanto que su experiencia queda vívidamente marcada en la memoria del futuro viajero.

El narrador, a su vez, realiza el viaje y todo lo que experimenta le resulta deslucido cuando lo compara con el recuerdo que él tiene de la narración de su amigo. Incluso más, de vuelta en París, cuando cuenta su paseo lo que "ve" es el paseo de su amigo.

Llega a la conclusión de que nuestra memoria no es nuestra, trabaja por su cuenta pero cumple un papel fundamental en nuestras vidas.

Toda manifestación discursiva entretiene y hace suyos no sólo los relatos de amigos viajeros, sino los hábitos, los usos, las valoraciones sociales, está condicionada por mecanismos socio-históricos; en el caso de los discursos mediáticos parece lógico situarse dentro del marco de instituciones fácilmente identificables.

La comunicación verbal no puede quedar planteada solamente como la relación entre un sistema abstracto de lengua y una producción individual; en el uso individual del sistema lingüístico transitan evaluaciones sociales que representan distintos modos de vida, de concepciones de mundo.

En la comunicación mediática, lo verbal se integra con otros lenguajes para - mutuamente- reforzarse, servir de anclaje o de contrapunto. Establecida esta aclaración, puedo citar como ejemplo un programa del género de los llamados "reality shows": "Quién sabe dónde" de la televisión española. La búsqueda de personas desaparecidas tiene como objetivo manifiesto restablecer vínculos familiares, tratar temas de interés humano; bajo la presentación de las búsquedas

y su dramatización pueden hacerse múltiples lecturas acerca del concepto de familia y de las relaciones humanas, en general.

A menudo, mientras el animador del programa -con su expresión verbal- apela a la discreción y al respeto por las decisiones personales, las imágenes y la música arman un escenario, en muchos casos contrapuntístico, mostrando la sordidez de los entornos o la rigidez de las conductas.

El público demandante -convertido en protagonista por un día- expone (3), en sus relatos, axiologías palpables: la de una etapa histórica de España, la de su grupo social, cuando no el deseo simple y llano "de salir en la tele".

Quien habla -o escribe- da una imagen de sí; esta modelización del emisor se va armando en las estrategias discursivas. En las expresiones de los participantes aparece, de manera explícita o velada, su ideología y esa ideología es una construcción social, una evocación de otras voces que se entretajan en el lenguaje.

DIALOGISMO. LA IMAGEN DEL OTRO

No es sólo la imagen del enunciador y su intencionalidad lo que puede detectarse en un texto; todo mensaje prevé su modelo de receptor, su enunciatario, el otro al que el discurso va dirigido.

Un enunciado es un cruce de voces que dialogan: la del emisor, la del destinatario, la de textos anteriores (considerando que la cultura es también un tipo de texto). El dialogismo, dice Bajtin, es el principio constitutivo del discurso.

La previsión del destinatario, de ese lector modelo del que habla Eco, requiere el conocimiento de las restricciones de su discurso, de su enciclopedia y de su capacidad para interpretar presupuestos y sobreentendidos.

En la ciudad de Córdoba -Argentina- hay dos importantes emisoras radiofónicas de amplitud modulada. Con ligeras variantes de estilo de sus animadores, los programas de la mañana apelan a un receptor claramente determinado. A las diez de la mañana, el animador y un periodista discuten el tema del día; con dudosa frecuencia disienten en algún aspecto, presentan posturas superficialmente opuestas. Proponen, entonces, que los oyentes opinen. Ellos -sus llamadas telefónicas- son, en última instancia, los que junto con la música y la publicidad "hacen" el programa.

Para que el oyente intervenga, se ha diseñado su imagen, alguien que comparte las mismas ideas, los mismos valores. El programa lo "hacen" los oyentes, porque para ellos fue hecho. Este receptor previsto en el discurso radiofónico se asentaría -salvando las distancias- en lo que Verón denomina la creencia presupuesta del destinatario positivo (el que adhiere a la propuesta, el que no se le opone), como si formara parte de un colectivo de identificación (4).

Productos como los antes mencionados mantienen un público y, sobre todo, un mercado. Reiterativos, recurrentes, no apuestan a la creación o a la reflexión. Son opciones que cada comunicador realiza en el desempeño de su tarea.

A MODO DE SÍNTESIS

El lenguaje, en esta dimensión, está concebido más allá de un medio de expresión o de manifestación del pensamiento. A través de la interacción verbal, oral y escrita, se constituye propiamente un tejido social y se ponen en circulación todo un universo de símbolos, representaciones e imaginarios sociales, que reconocemos como cultura (Alvarado Jiménez: 1994).

Mi postura, espero se haya hecho evidente, no es la de un comunicador social sino la de quien intenta realizar aportes para la formación del comunicador.

Si nos limitamos a tratar la expresión verbal como una mera relación entre significantes y significados perderemos su dimensión social, su participación en los procesos de construcción cultural.

El estudio de la dimensión social del lenguaje entraña mucha complejidad; a pesar de ello, creemos que su análisis asociado a sus condiciones de producción permite comprender mejor los mecanismos de dicha producción, su naturaleza y sus transformaciones.

La propuesta es oír y hablar, leer y escribir. Leer es ubicar una obra en un espacio discursivo, relacionándola con otros textos y con los códigos de ese espacio y escribir es una actividad similar: la toma de posición en un espacio discursivo.

Notas

1. Utilizo el concepto de lectura de manera amplia; abarca no sólo la comprensión de "textos" lingüísticos sino audiovisuales, orales, icónicos.
2. CORTÁZAR, Julio; 'La vuelta al día en ochenta mundos'; Tomo I; p.95; Siglo XXI de España Editores; Madrid; 1972.
3. En el sentido etimológico del término: pone a disposición de otros.
4. VERÓN, Eliseo; La palabra adversativa. Observaciones sobre la enunciación política.

BIBLIOGRAFÍA

- ALVARADO JIMENEZ, Ramón; "Hacia una etnografía de la comunicación oral"; en AAVV; Foro departamental de Educación y Comunicación; UNAM; México; 1994.
- BAJTIN, Mijail; Estética de la creación verbal; Siglo XXI Editores; México; 1982.
- BAJTIN, Mijail por TODOROV, T.; Mikhail Bakhtine, Le principe dialogique; Du Seuil; París; 1981.
- BENAVIDES, Juan; Los escenarios de la comunicación mediática; Telos º44; Madrid; dic.1995/febrero 1996.
- ECO, Umberto; Lector in fabula; Lumen; Barcelona; 1987.
- MARTIN SERRANO, Manuel; "Las transformaciones sociales vinculadas a la era audiovisual" en AAVV; Comunicación Social 1995/Tendencias; FUNDESCO; Madrid; 1996.
- VERON, Eliseo; "La palabra adversativa", en AAVV; El discurso político. Lenguajes y acontecimientos; Hachette; Buenos Aires; 1987.

- VOLOSHINOV, V.; "El discurso en la vida y el discurso en la poesía" en TODOROV, T.; Le principe dialogique; Seuil; París; 1981.

FORMA DE CITAR ESTE TRABAJO DE LATINA EN BIBLIOGRAFÍAS:

Nombre del autor: título del artículo, en Revista Latina de Comunicación Social número 5, de mayo de 1998; La Laguna (Tenerife), en la siguiente URL:

<http://www.lazarillo.com/latina/a/95mirta.htm>