

# Las estrategias discursivas en el proceso de comunicación periodística. (\*)

*De modo que el discurso producido por un interlocutor nunca es exclusivamente obra suya, (mía en este caso) sino que es un producto social en el que cada uno de los factores anotados antes, incide en mayor o menor medida.*

Cuando nos referimos al proceso de comunicación y al rol que tiene la **lengua** en los efectos informativos, persuasivos, o educativos de dicho proceso, parecería que nos adentramos en un tema demasiado obvio pues naturalmente no se concibe la comunicación sin ella. Es, de hecho, el instrumento indispensable. Tan familiar es a nosotros, que ya hemos perdido de vista las múltiples posibilidades que nos brinda y también las muchas estrategias con que se manipula. La comunicación misma es un fenómeno natural para nosotros, es decir damos por sentado que el circuito se realiza eficazmente. Sin embargo no se puede perder de vista que las lenguas y el manejo de información junto a otras producciones humanas han sido históricamente, instrumentos de poder en todo momento de relación de pueblos, naciones o comunidades. Se puede afirmar que la lengua nunca es usada neutralmente -por usar un término-. Las lenguas nos ofrecen una gama infinita de posibilidades que se actualizan constantemente en cada uno de los momentos que las usamos

(el sistema virtual e ideal se concretiza), verbos, por ejemplo, tenemos aproximadamente cinco mil... y sustantivos hay y habrá tantos como entidades se descubran o se inventen en la humanidad. De modo que el problema del uso de la lengua no se circunscribe, para bien o para mal, al conocimiento de unas cuantas reglas sino que es un fenómeno más amplio. Sobre esos temas vamos a discutir un poco hoy.

## La lengua y las estrategias

El uso de la lengua se mueve en dos coordenadas llamadas **ejes de la selección y de la combinación**. El manejo eficaz que yo hago de ellos, explica el concepto de estrategia discursiva, vale decir la planificación y elección de un determinado orden de prácticas lingüísticas destinado a conducir un asunto hacia un resultado deseado y previsto.

En términos periodísticos esto implica:

- Una selección de términos para referirse al hecho a ser informado.
- Una combinación en cuanto al orden -sintaxis- (dónde y cómo)
- Una ubicación del texto en el macrotexto -sintaxis del texto (periódico),

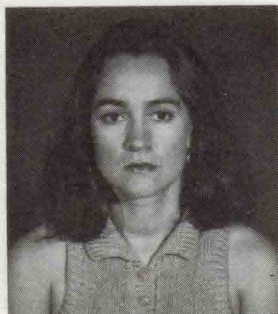
lo que automáticamente significa la creación de un contexto para mi mensaje.  
- Una construcción del mensaje en términos visuales (tipografía).

Este proceso se realiza más o menos rápida e inconscientemente según sea la habilidad y conocimientos del redactor. Presupone además que se ha asegurado ya el paso de la selección o no del mensaje mismo, esto es, que el mensaje va a aparecer efectivamente en la emisión del día.

Hay algunos factores sin embargo, de los que el periodista puede no tener conciencia. Me refiero por ejemplo a lo que los lingüistas llaman **sociolecto**, es decir el conjunto de reglas en **honor** a la lengua compartidas entre ustedes y yo, y que varían según la región o el grupo social (todos sabemos a qué nos referimos cuando decimos **presidenciable o narcovínculos**), y el **idiolecto**, que se considera ya no como lo compartido sino como las diferencias que cada uno de ustedes hace en el uso de la lengua, sea en forma oral y escrita (v.g. las muletillas), y que



Claudia Bowles  
Graduada en Letras  
Modernas.  
Docente de la UPSA.



están poniendo en práctica en este preciso instante cuando van decodificando lo que yo digo. De modo que el discurso producido por un interlocutor nunca es exclusivamente obra suya, (mía en este caso) sino que es un producto social en el que cada uno de los factores anotados antes, incide en mayor o menor medida.

El conocimiento de ellas lleva a realizar un proceso de comunicación más o menos eficaz, dependiendo de lo que por eficacia se entienda. Lo cierto (y cuando yo digo que es cierto estoy enviándoles una opinión personal como si fuera una ley general); lo cierto, decía es que el discurso periodístico busca con esas estrategias, moverse en los siguientes planos:

- a) **hacer saber** ————— la recepción del texto, comprensión de la información (nivel cognoscitivo).
- b) **hacer ser** ————— la adopción de un modelo social, político, religioso, etc. propuesto por la visión del mundo que genera el proceso comunicativo (nivel persuasivo).
- c) **hacer hacer** ————— actuar eventualmente a través de otra producción comunicativa publicada o no (nivel manipulador).

En términos concretos este es un proceso que se realiza a largo plazo. La recepción es puntual, pero; lograr que el receptor lea siempre nuestro diario, comparta las opiniones que allí se vierten, además de aceptar la lectura que se hace de los hechos, necesita de un período prolongado y constante. Por las características de este encuentro, vamos a proponer un análisis de titulares del medio al que ustedes pertenecen, desde el punto de vista lingüístico pero considerando esos ejes virtuales que participan inevitablemente en el proceso de creación periodística.

"MILES DE MANIFESTANTES  
REPUDIARON AL GOBIERNO EN  
MANIFESTACION PACIFICA"

Como elemento característico del titular se destaca la expresión preposicional: MILES DE MANIFESTANTES:

El redactor ha **seleccionado** la expresión desechando otras posibles (gran cantidad de gente, muchos, cientos, un millar, millares, etc.). El hecho concreto me informa que una cantidad bastante indefinida de personas se manifestaron para "x" objetivo. Pueden ser dos mil o diez mil, eso lo sabremos más adelante al leer el cuerpo de la noticias. Pero con el titular se produce una estrategia de relativa **magnificación** del hecho. Relativa porque yo puedo interpretar varios o pocos miles, es decir el receptor rellena el sentido de acuerdo al idiolecto; pero **magnificación** al fin por la necesidad de proporcionarle al receptor **muchos** actores en esta noticia.

La estrategia de magnificación es imprescindible en muchos casos. Está condicionada por:

-El interés por hacer-hacer (leer) lectura que logro dando datos por ejemplo.

-La necesidad de proporcionar cifras, en la medida en que con ellas resulto creíble, verosímil (hacer-saber).


#### SIMILAR A "LA CASA DEL TERROR" EN LONDRES

Sintácticamente hablando esta no es una oración completa, pues tienen el verbo eludido (cualquiera que este sea). Sin embargo, no se puede hablar de incorrección pues parte del estilo literario consiste en eliminar elementos que se pueden sobreentender. La frase es básicamente una **comparación**, lo cual implica la presencia de los términos:

- 1) La casa de la que hablamos (sobre la que informamos).
- 2) El término de comparación (la de Londres)

En este titular se destaca la **selección** que se ha hecho del segundo término. Muchos lectores al igual que el

redactor, pueden tener algunos conocimientos sobre Jack el Destripador; saber por ejemplo que la novela de terror del período gótico surge en Londres, que también actualmente se está viviendo un renacimiento de la novela policíaca o de terror. Lo cierto es que no deja de ser interesante que aunque sea en cuestiones criminales nos parezcamos a los londinenses. No habría tenido el mismo valor en términos de seducción de lectura, hacer la comparación con un psicópata nigeriano o checoslovaco. En la misma página, (entrando en lo que hace al contexto) se compara al asesino con un "Gángster". De igual modo se ha hecho una selección que no sólo funciona a nivel léxico sino semántico. Esto significa que elegimos un término por sus connotaciones simbólicas, y con ello proporcionamos una información agregada: no hablamos de este asesino en particular, sino de esos otros criticables pero también importantes criminales de la historia del mundo.

Ha sido inevitable salir del ámbito puramente lingüístico al reflexionar un poco sobre la estructura superficial de los textos. Esto porque el lenguaje en sí mismo, porta una visión del mundo y cuando almacenamos esa serie de datos y reglas que son la lengua, nos insertamos en un mundo que ya está interpretado y valorado. Recibimos una porción de lengua (al aprenderla), y en sus términos, todo lo que ellos denotan y connota. Junto con el listado de términos, aprendemos posibles combinaciones. Optamos por algunas, y dejamos otras. Ese es un hecho inevitable, pues es virtualmente imposible conocerla entera y a sus múltiples combinaciones. Suficiente hacemos con tener conciencia de que es así: tener conciencia de que nuestro modo de decir las cosas, bien podría ser otro, y que éste no es ni el definitivo ni es absoluto 

(\*) Conferencia dictada a periodistas del Matutino El Mundo