

Precisiones curriculares y metodológicas para la asignatura de Lectura crítica de mensajes

La Actualización y Fortalecimiento Curricular del Bachillerato General Unificado en el área de Lengua y Literatura apunta hacia la enseñanza y aprendizaje de un aparato teórico y metodológico que promueva el desarrollo de las destrezas de la lectura crítica de mensajes (textos literarios y textos de la vida cotidiana), partiendo del reconocimiento de las estructuras internas de estos, así como de su relación con el proceso comunicativo en el que se inscriben, y en donde adquieren todo su sentido y su función social.

En un contexto económico, político y cultural tan complejo como el de las sociedades actuales, se hace imprescindible que parte de la formación integral de los estudiantes corresponda al desarrollo de conocimientos teóricos y prácticos de la lectura crítica, para que estos puedan decodificar desde una perspectiva compleja los intereses y sentidos que se tejen en torno a los mensajes que circulan en la vida social, y de las prácticas sociales asociada a estos. Partimos de la convicción de que todo mensaje que ciframos o desciframos afecta tanto a nuestra escala de valores y representaciones del mundo, así como a nuestros comportamientos.

En definitiva, la presente asignatura permitirá al estudiante de tercer año de Bachillerato contar con una herramienta teórico-práctica de lectura crítica de mensajes. Es importante resaltar que gran parte de estos mensajes, que influyen en las representaciones y las prácticas sociales de los estudiantes ecuatorianos, constituyen dispositivos discursivos de una sociedad que ha legitimado, a partir de ciertas prácticas históricas de larga data, el racismo, la desigualdad de género, la exclusión étnica, la discriminación social y económica, la violencia física y verbal. Estas problemáticas bien podrían servir como guías a la hora de seleccionar los mensajes que se trabajarán en el aula. En gran medida estas prácticas discursivas están inscritas en la lógica de producción y consumo de los medios de comunicación masivos: radio, televisión e Internet, de ahí que el campo privilegiado del análisis crítico de los mensajes en esta asignatura serán los mensajes que se difunden por estos medios.

Bloque 1: Proceso de la comunicación y tipología textual

El primer bloque de Lectura crítica de mensajes inicia con una descripción del proceso de comunicación y el reconocimiento de una tipología textual base, que permitirá al estudiante entender de manera amplia el fenómeno comunicativo que subyace en toda codificación y decodificación de mensajes.

¿Por qué iniciar la asignatura de Lectura crítica de mensajes partiendo del análisis del proceso de comunicación? Jakobson, el teórico ruso que describió por primera vez, en 1960, dicho proceso en el ámbito de lo lingüístico, abrió un camino importante en la historia de la semiótica del siglo XX. El aporte fundamental de esta disciplina constituyó el de identificar en toda manifestación humana su dimensión simbólica, es decir, el reconocimiento de que todo aquello que el ser humano produce y consume, por más irrelevante que esto parezca, es al mismo tiempo producción y consumo de significaciones; de ahí que todo lo producido en la vida social está destinado a ser consumido como algo provisto de significados y, por lo tanto, destinado a transformar nuestro mundo imaginario y, en consecuencia, lo que hacemos y sentimos.

A continuación se describe en qué consiste el proceso que subyace en todo acto de comunicación lingüística. Tal como lo advirtió Jakobson, en el proceso de comunicación se impone una relación entre dos elementos protagónicos, el primero, el elemento “activo”, al que se denomina emisor (E), que es quien produce o cifra un determinado mensaje y, el segundo, el elemento “pasivo”, al que se denomina receptor (R), que es quien descifra o consume aquel mensaje producido por el emisor.

Para que se establezca este vínculo comunicativo entre E y R será necesario que entre ambos medie una determinada conexión física, a la que se denomina canal o contacto (C). En el caso de la comunicación lingüística oral, es el aire el que sirve de contacto, convertido en materia sonora significante, entre emisor y receptor.

A la información que cifra el emisor, y que el receptor descifra, se lo denomina mensaje (M), que no es más que la información incorporada en el canal o contacto, y que ha sido enviada en calidad de mensaje al receptor. La información que transmite el mensaje proviene del contexto que rodea al emisor, quien se ha apropiado de este de un modo particular. A este elemento exterior se lo denomina referente (R). Finalmente, lo que posibilita cifrar y descifrar la información del mensaje articulada en el canal o contacto, es el código (K), cuya única condición para que funcione como tal es que debe ser compartido tanto por el emisor como por el receptor.

En síntesis, podemos decir que el proceso de la comunicación está compuesto de dos momentos consecutivos; el primero en el que el emisor (E) cifra, a partir del uso “activo” de un código (K) común al receptor, una información tomada del referente (R) y articulada en el canal o contacto (C), para luego enviarla en calidad de mensaje (M) al receptor (R). Este, cuya situación no le permite tener acceso directo al referente sino solo por medio del mensaje que ha recibido, en un segundo momento del proceso, hace un uso “pasivo” del mismo código para descifrar la información que le ha sido enviada. Tanto el momento de emisión como de recepción del mensaje implican una cierta apropiación cognitiva del referente, es decir un modo de entender y apropiarse del mundo que nos rodea; en el caso del emisor esta apropiación

cognitiva del referente es directa mientras que en el caso del receptor esta mediada por la información que recibe del emisor por medio del mensaje, aunque como veremos más adelante esta afirmación es relativa.

Cabe resaltar que lo que aquí se ha denominado el uso “activo” y “pasivo” del código, ha sido replanteado por el postestructuralismo de los años 60, ya que la recepción o desciframiento del mensaje también supone un ejercicio activo de cifrar otro mensaje, que entrara en el circuito de la comunicación, si así lo desea el receptor, convertido este en emisor de un nuevo mensaje.

También el supuesto acceso directo al referente por parte del emisor es relativo, ya que en realidad lo que llamamos referente no es más que un universo de mensajes que circulan en la vida social, y que en una relación a veces compleja y contradictoria disputan el sentido y el orden de esa vida a la que aluden, y al que aludirla la transforman.

El otro aporte fundamental de Jakobson es el de haber descrito que todo proceso comunicativo se constituye a partir de diferentes funciones comunicativas, y que cada una de ellas involucra a uno de los elementos de dicho proceso. Las seis funciones que el teórico ruso distingue en la comunicación lingüística son las siguientes: función expresiva, función apelativa, función referencial, función fática, función metalingüística y función poética.

Jakobson advierte que todas estas funciones son igual de importantes y que están presentes de modo simultáneo en todo mensaje, por supuesto, en grados diferentes y de acuerdo a la exigencia de cada proceso comunicativo particular. Sin embargo, entre todas ellas se destaca la función referencial por la manera en cómo el emisor se apropia, de un modo particular, de algún aspecto del contexto que lo rodea para transmitirlo en calidad de mensaje hacia el receptor. Bolívar Echeverría explica en sus palabras la importancia de esta función en los procesos comunicativos:

...el proceso de comunicación lingüística tiene básicamente una función referencial o cognitiva. La comunicación está motivada sobre todo por la realidad exterior, el referente o contexto, es decir, por la necesidad de compartir la apropiación cognoscitiva de ella; la comunicación posibilita la socialización de esta apropiación del referente. En todo proceso de comunicación, se trata de que el agente receptor interiorice algo que está aconteciendo en una zona para él inaccesible de la realidad, y que lo haga mediante la absorción de una información acerca de ese “algo” que le está siendo enviada por el emisor —que sí tiene acceso a esa zona— y que fue compuesta por él a su manera.¹

¹ Echeverría, Bolívar, Definición de la cultura. Texto completo en: <http://interculturalidadffyl.files.wordpress.com/2011/08/cultura-b-echeverria.pdf>

Pero en el proceso comunicativo no solo se envía de modo “puro” la información acerca del contexto, sino que también por medio del mensaje se comunica la razón de ser del proceso comunicativo. En otras palabras, la comunicación se activa en función de al menos dos propósitos más, aparte del de transmitir información; el uno referido al interés del emisor de expresar aquello que ha motivado su apropiación del contexto cifrado en un mensaje. A esta función se la denomina función expresiva. Esta voluntad del emisor de comunicar su ánimo supone también la voluntad de este de afectar al receptor con aquella información que transmite en el mensaje, pues el objetivo de la comunicación no es solo transmitir una información del referente (función referencial) y su motivación anímica (función expresiva), sino también el de transformar al receptor con el mensaje que se dirige hacia este. A esta función se la denomina apelativa. Por eso uno de los propósitos de la lectura crítica será rastrear cómo cada uno de estas funciones, la expresiva y la apelativa, se han vuelto manifiestas en el mensaje, pues de ellas depende en gran medida poder acceder de manera adecuada a las intenciones comunicativas del emisor.

Otra de las funciones de la comunicación, y a la que Jakobson ha denominado fática, se sitúa en el momento inicial del proceso, y su capacidad de transmitir información es casi nula, lo que los teóricos llaman el “grado cero” de la comunicación. La función fática se propone en realidad hacer visible la voluntad del emisor de ponerse en contacto con el receptor, confirmar si el canal está operando de forma tal que posibilite este vínculo, y, al mismo tiempo, invitar a que el receptor manifieste su voluntad de recepción de aquello que el emisor quiere comunicarle. En los saludos se expresa de modo claro esta función que apunta a confirmar si las condiciones de la comunicación entre emisor y receptor están funcionando.

Además de las cuatro funciones básicas del proceso de comunicación lingüística, Jakobson distingue otras dos funciones: la función metalingüística y la función poética; la primera está centrada en torno al elemento llamado “código” y la segunda lo está en torno al elemento llamado “mensaje”.

Cuando hablamos de código nos referimos a la “lengua”. Según la lingüística de Saussure, la lengua sería el código que guía tanto al emisor en el momento de elaborar su mensaje como al receptor en el momento de descifrar dicho mensaje, es decir, el instrumento con el que es posible cifrar y descifrar la información en la comunicación lingüística. La función metalingüística tiene que ver, entonces, con la operación que hace el emisor a la hora de actualizar el código en un mensaje particular, es decir, cómo pone en marcha dentro de un propósito comunicativo concreto el dispositivo de reglas de combinación, es decir, de las reglas de sintaxis (eje sintagmático) que nos indican cómo conectar entre sí las palabras, y de las reglas de

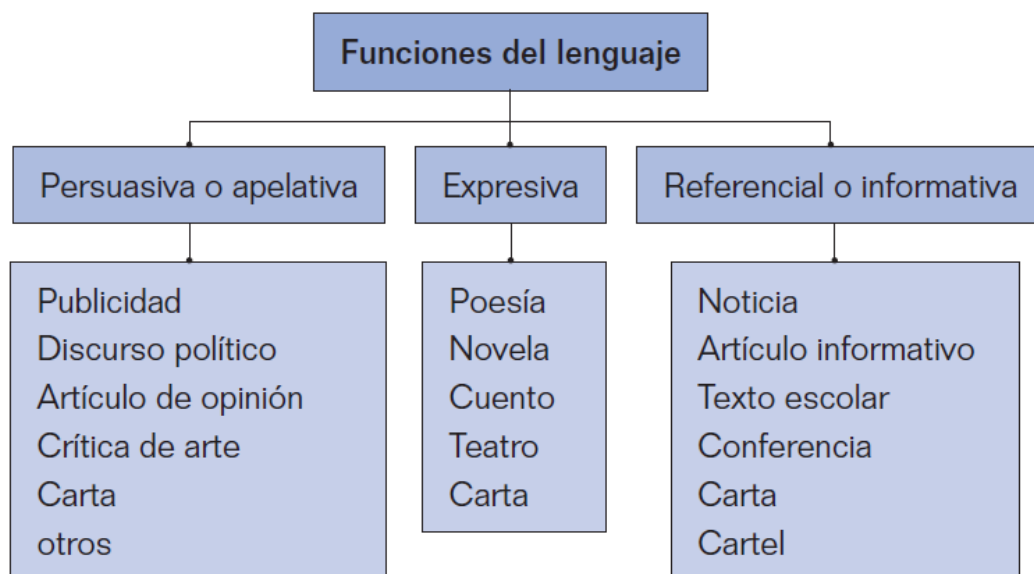
selección de palabras, que cumplen una misma función sintáctica, pero que se diferencian entre sí por el matiz de sentido que cada una de ellas expresan (eje paradigmático).

Sin embargo, como bien advierte Jakobson el código y sus reglas están en permanente tensión con la voluntad de comunicar de cada emisor, es decir, el código lingüístico es un código abierto que permite, a partir de un finito número de reglas, construir un infinito número de mensajes, de ahí la dimensión profundamente creativa del código. Como vemos la función metalingüística está presente en todos los mensajes, sin embargo, puede presentarse también de manera explícita, cuando, por ejemplo, el mensaje es la enunciación de alguna regla del código; los textos de gramática serían un claro ejemplo en donde la función metalingüística se presenta de modo manifiesto.

La función metalingüística, para Jakobson, predomina sobre el resto de las demás funciones, puesto que al cifrar y descifrar cualquier mensajes supone una puesta en cuestionamiento del código y sus reglas; juego de tensión en el que el teórico ruso cree identificar una sexta función, la función poética, que la identifica con el juego, a veces laborioso, de cifrar y descifrar de muy diferentes formas el mensaje. De ahí que reconozca en la literatura el predominio de esta función ya que en ella el reto de reinventar el lenguaje se manifiesta de manera patente.

Como vemos la descripción de Jakobson permite adentrarse en la complejidad de cualquier proceso de comunicación, pues ella no solo evidencia los elementos que intervienen en las diversas situaciones comunicativas, sino que además describe una compleja red de funciones que de manera simultánea le dan identidad y sentido a cada uno de los mensajes que se difunden en la vida social. Las funciones de lenguaje descritas por Jakobson permiten, además, hacer una primera aproximación a lo que se denomina aquí “tipología textual”, es decir, a una clasificación de textos que se definen a partir del énfasis que cada uno de estos pone en una de las funciones del lenguaje.

Para definir esta tipología textual partamos de las tres funciones, en cierto modo, protagónicas del proceso de comunicación: la referencial, la expresiva y la apelativa, y observemos como de estas se desprende toda una clasificación de tipos de textos de acuerdo al énfasis que el mensaje pone en una de las seis funciones descritas. El siguiente cuadro organiza la tipología textual de la siguiente manera:



Función expresiva

En el discurso oral es fácil reconocer la función expresiva inscrita en el mensaje: el tono de voz, la entonación al emitir una idea, los gestos y posturas corporales son elementos que “delatan” el ánimo del emisor. En el discurso escrito, este tipo de función se puede identificar a partir de ciertas marcas textuales como oraciones y signos exclamativos, puntos suspensivos, uso de diminutivos y ciertas palabras claves, por ejemplo, ¡bravo!, ¡magnífico!, etc.

Es común encontrar en la literatura (poesía, novela, cuento o teatro) de modo manifiesto la función expresiva. Y sobre todo en la poesía aparece esta función en el uso de metáforas y de otras figuras que proveen de fuerza emotiva a lo que se pretende comunicar. Sin embargo, también se puede usar un lenguaje común para expresar este tipo de mensajes expresivos.

Existen, de hecho, textos no literarios en los que también esta función expresiva sobresale del resto de funciones. La carta, por ejemplo, es un tipo de texto que puede expresar de excelente manera los sentimientos de una persona. Sin embargo, la carta se puede usar también para otros fines comunicativos; por ejemplo, para solicitar, convencer, informar, etc.

Función apelativa

Todo mensaje de manera explícita o sutil se propone afectar de alguna forma la conciencia o el comportamiento del receptor, sin embargo, en algunos mensajes este

propósito se vuelve manifiesto. Entre los tipos de texto cuyo propósito principal es el de buscar una respuesta en el receptor podemos mencionar a los siguientes: la publicidad, el discurso político, los artículos de opinión y la crítica de arte, entre otros.

Detengámonos un momento en los mensajes publicitarios que se proponen persuadir a los receptores para que estos compren un determinado producto, primero convenciéndolos de que aquello que se le ofrece es lo que estaban buscando, es decir, se crea una necesidad, y, una vez creada, se le persuade de que aquel producto, entre todos los que existen en el mercado, es el mejor. Para ello, al igual que la poesía utiliza ciertos recursos literarios, pero, a diferencia de esta, en la publicidad estos recursos están al servicio de las necesidades del mercado, ya no al servicio de la creación. La publicidad también apela a otros tipos de recursos paralingüísticos como las imágenes, los colores, la música para producir sensaciones placenteras en los potenciales compradores, elementos que operan muchos de ellos a un nivel inconsciente. De ahí que una reflexión importante que se debe promover a la hora de leer desde una perspectiva crítica los mensajes publicitarios es, hasta dónde es ético usar de manera indiscriminada cualquier recurso para el beneficio privado de una empresa, apreciación que puede modificarse si la campaña se orienta a un bien común.

El discurso político también utiliza ciertos recursos retóricos de orden emotivo y argumental para persuadir al elector de que su propuesta es más convincente que la de su contendor. Estos argumentos de carácter racional, lógicos, muchas veces se mezclan con lo emotivo, dotándole al discurso político de una gran carga persuasiva, lo que no necesariamente promueve una reflexión crítica y democrática sobre la información que se transmite en el mensaje. El lector crítico debe estar alerta sobre las omisiones, a veces intencionales o no, en aquellos argumentos que han dejado a un lado otros tan convincentes o legítimos como los enunciados por el emisor.

Función referencial

La función referencial está presente también en todos los mensajes, al igual que el resto de funciones, sin embargo, esta función prevalece sobre el resto en aquellos mensajes que tienen como propósito manifiesto informar a otros de un hecho, un evento o una situación determinada del contexto al que el emisor ha tenido acceso. Su pretensión es la objetividad, sin embargo, esta voluntad de transparencia está mediada siempre por el lenguaje y por cómo el emisor hace uso de este; desde la disposición sintagmática y la selección paradigmática por la que ha optado el emisor, se hace visible la voluntad de ordenar esa realidad de un modo particular. La total objetividad por lo tanto no es posible, aun cuando no se hagan explícitas opiniones o

posiciones personales o no se emitan juicios de valor. Detrás de la pretendida “objetividad” hay opiniones personales y tendencias ideológicas que se pueden vislumbrar en marcas textuales como por ejemplo el uso de adjetivos u otros recursos de la lengua.

A continuación se enumeran algunos tipos de mensajes en los que predominan la función referencial: las noticias, los artículos informativos expositivos, los textos escolares, las conferencias, las cartas y los carteles informativos. Algunos de los recursos que emplean los textos informativos son la descripción y la narración de hechos de importancia pública y privada.

En conclusión, aunque en todo mensaje operan todas las funciones comunicativas de modo simultáneo, se puede afirmar que de acuerdo al énfasis que determinado mensaje pone en una de estas, se define su pertenencia a una de las tipologías textuales antes descritas.