

El discurso periodístico a través de la lingüística textual

Journalistic Discourse Through Textual Linguistics

Antonio Franco M.

Departamento de Periodismo Impreso. Escuela de Comunicación Social. Universidad del Zulia. E-mail: antoniofranco@mipunto.com. Maracaibo, Venezuela

Resumen

Partiendo de una concepción funcionalista del lenguaje y considerando el texto como una unidad comunicativa (evento comunicativo), el presente artículo revisa las características del discurso periodístico a través de la lingüística textual. El modelo lingüístico comunicativo (Pottier, 1992; Molero, 1998; Franco, 2002) sirve de fundamento para la integración de diversas subfases: modelo cognitivo, modelo lingüístico-textual, modelo de contexto (Van Dijk, 1990-1999), los principios constitutivos de las normas de textualidad (cohesión, coherencia, intencionalidad, aceptabilidad, situacionalidad, intertextualidad, informatividad) y los principios reguladores de la comunicación textual (eficacia, efectividad, adecuación), tomados de Beaugrande y Dressler (1977), integrados en el modelo lingüístico comunicativo, proporcionan la aplicación idónea para la producción y comprensión del discurso periodístico.

Palabras clave:

Modelo lingüístico, discurso periodístico, lingüística textual.

Abstract

Based on a functionalist conception of language and considering the text as a communicational unit (communicative event), this paper reviews the characteristics of journalistic discourse through textual linguistics. The Communicative Linguistics Model (Pottier, 1992; Molero, 1998; Franco, 2002) serves as a basis for the integration of many sub-phases: such as the cognitive model, the linguistic-textual model, the context model (Van Dijk, 1990-1999); the constitutive principles of textuality standards (cohesion, coherence, intentionality, acceptability, situationality, inter-textuality, informativity) and the regulatory principles of textual communication (efficacy, effectivity, appropriation), all taken from Beaugrande and Dressler (1977). They are all integrated into the linguistic communicative model, and provide for an ideal application in the production and comprehension of journalistic discourse.

Key words:

Linguistic model, journalistic discourse, textual linguistics.

Recibido: 14 de octubre de 2003 • Aceptado: 12 de febrero de 2004

Introducción

Unos planteamientos funcionales básicos sobre el lenguaje son la comunicación y la cognición. El lenguaje adquiere su verdadero sentido en la comunicación interhumana. El lenguaje es necesario para formar y transmitir el conocimiento.

Las gramáticas comunicativas tratan de presentar el funcionamiento del idioma como un sistema de comunicación y no como un simple sistema estructuralista de signos articulados.

El texto se considera como una unidad comunicativa semántico-pragmática; como un acontecimiento (evento) comunicativo, intencional y de interacción.

En este contexto se presenta, fundamentando este trabajo, el modelo lingüístico comunicacional (Franco, 2002) como la base de la producción, de la comprensión textual y como integración de diversas subfases o modelos (cognitivo de contexto, lingüístico-textual, situacional), así como la aplicación al discurso periodístico.

1. Lenguaje y discurso

El lenguaje puede ser considerado desde diferentes perspectivas. Puede ser analizado y estudiado como fin, es decir, considerando en sí mismo (sería un estudio intrínseco; un estudio como ente abstracto, como sistema), o puede tomarse como medio o instrumento que está al servicio de otro objetivo o finalidad. El estudio del lenguaje como objeto real presenta la necesidad de revisar el uso, y sobre todo el “uso creativo”, el uso del lenguaje de forma adecuada en la comunicación y teniendo en cuenta la situación comunicativa.

A la definición abstracta y sistemática del “lenguaje humano entendido por el conjunto de signos articulados por medio de los cuales se comunican las personas” (Roca-Pons, 1982:1) se deben añadir elementos particulares pertinentes como la “realidad de su uso”, el dinamismo, la contextualidad comunicativa. El lenguaje puede tenerse en cuenta como el producto operacional (semiotización) y la concreción de las capacidades cognitivas del hablante, y en tal sentido puede concebirse como “un conjunto de procesos neuronales que produce unos objetivos, realizados acústica o gráficamente, para transmitir a otra(s) persona(s) información acerca de sí mismo...” (Bernárdez, 1995: 99). En pocas palabras, comunicación y cognición son dos aspectos esenciales en el estudio funcional del lenguaje.

El conjunto sistemático de signos articulados debe ser revisado dentro de la interacción comunicativa, en un contexto particular de la comunicación lingüística, y con el uso adecuado en la comunicación ideal particular. Todo ello exige conocimiento del sistema lingüístico (competencia lingüística) y tiene en cuenta la importancia del uso, dinamismo lingüístico, uso creativo,... (competencia comunicativa).

En una concepción más específica y referida directamente a la presente investigación, resultan pertinentes las directrices de Beaugrande (2000: 74) al señalar el lenguaje como un “sistema integrado con el conocimiento de los hablantes acerca del mundo y de la sociedad” y, en tal sentido, este sistema debe ser descrito “en términos lingüísticos, cognitivos y sociales, junto con las condiciones en las cuales lo usan los hablantes”. El sistema planteado en esos términos presenta un modelo de texto y su posible fundamentación en la interacción comunicativa.

El texto, para Calsamiglia y Tusón (1999: 219), es una unidad comunicativa, semántico-pragmática, intencional y de interacción. Es la integración de un sistema lingüístico con el uso en la interacción comunicativa, donde intervienen el productor textual y el receptor del texto como participantes de la comunicación.

El “texto es un acontecimiento comunicativo” y para tal fin debe cumplir con las normas de textualidad, es decir, con los principios constitutivos de la comunicación textual que definen la forma de comportamiento identificable como comunicación textual, y los principios reguladores (regulativos) de la comunicación textual que son los que controlan la comunicación.

¿Cómo funcionarían y se conformarían las siete normas de textualidad integradoras de los principios constitutivos de la comunicación textual en el esquema elemental de la comunicación interhumana?

Las normas de textualidad son siete: cohesión, coherencia, intencionalidad, aceptabilidad, situacionalidad, intertextualidad, informatividad. Tienen que ver con la sintaxis, la semántica y la pragmática. Se pueden reagrupar teniendo en cuenta los aspectos lingüísticos, psicolingüísticos, sociolingüísticos y discursivos. A nuestro parecer, quedarían integrados todos los elementos del siguiente modo en el esquema comunicacional discursivo-textual:



2. La producción

La observación inmediata de los acontecimientos, sucesos, hechos informativos, no es la única fuente u origen para la producción o concreción textual de la noticia. Una gran parte de las noticias o textos periodísticos presentan la información a partir del discurso, o de lo que Van Dijk (1990) llama “textos fuente”: discursos, entrevistas, llamadas telefónicas, declaraciones, conferencias de prensa, reuniones, comunicados, debates del parlamento, juicios tribunales, documentación o archivo policial, etc. Además de estos procesos de producción, en el caso del texto periodístico, hay que añadir la estructura peculiar del texto periodístico, que sería menos relevante desde el punto de vista del proceso de producción, porque lo encontramos en los manuales o textos normativos en la formación del periodista

formación del periodista.

En los mecanismos de producción es preciso considerar los procesos cognitivos (modelos cognitivos) y la escritura de textos periodísticos. La producción, pues, debe considerarse en términos de procesamientos del texto (partiendo del texto fuente). “Solamente un análisis cognitivo muestra exactamente cómo tienen lugar los procesos de entendimiento del texto fuente, la representación y el resumen, y cómo se utiliza esta información en los procesos de producción del texto periodístico” (Van Dijk, 1990: 143).

Esto quiere decir que la producción de un texto periodístico implica ubicarse en el texto fuente, en la situación y contexto (dimensiones macrosociológicas, económicas, políticas).

En este proceso de producción (análisis, interpretación, comprensión) es preciso tener en cuenta el dominio de la lingüística textual y el análisis cognitivo (modelo cognitivo), que a su vez tienen relación con la situación y de la información textual.

En el procesamiento cognitivo del discurso o los llamados modelos cognitivos, Van Dijk (1990: 150 y ss.) refiere una serie de etapas o fases del procesamiento del discurso: decodificación, interpretación, estructuración, procesamiento cíclico, formación de la macroestructura, formación de la superestructura, representación en la memoria episódica, modelos situacionales, formación del conocimiento y la creencia, la subjetividad. El análisis de cada una de estas fases llevaría un estudio amplio.

A modo de ejemplo, veamos el modelo de memoria episódica (recuerdos de la experiencia, todo aquello sucedido a la persona): “Este modelo caracteriza a las acciones o acontecimientos dominantes, a los participantes, la hora y la situación, las circunstancias, los objetos relevantes o los instrumentos de la acción, organizados en una estructura jerárquica” (Van Dijk, 1990:162). Este modelo, así caracterizado, es el parafraseo del modelo conceptual del sistema casual aplicado al hecho periodístico o discurso periodístico informativo, y se ubica en el sistema casual del modelo lingüístico comunicativo: qué, quién, cómo, dónde, cuándo,...

El proceso de observación seguido de la selección, formación de macroestructuras y un “filtro eficaz” son fundamentales en la producción periodística. Esa eficacia (filtro eficaz) lleva a la búsqueda, organización, estandarización de acontecimientos periodísticos relevantes mediante:

- esquemas de acontecimiento: qué
- esquemas de actor de noticia: quién, por quién, a quién, para quién, según quién
- esquemas de situaciones: cuándo, dónde, cómo
- otros esquemas: con qué, para qué, por qué causa

Otro tanto podríamos hacer con los modelos contextuales.

Lo expuesto supone una serie de operaciones en el proceso productivo y de un modelo cognitivo.

Los procesos, operaciones o estrategias en el procesamiento de textos fuente (la selección, reproducción, resumen, estilística y retórica) significan la comprensión y el análisis del texto fuente en función del modelo cognitivo y del modelo lingüístico textual.

3. La comprensión

El modelo cognitivo para la producción del texto periodístico es relevante tanto para la explicación de la producción como para el recorrido inverso del proceso: la comprensión del discurso periodístico informativo.

La comprensión de las noticias supone algunas etapas principales: 1) percepción y atención; 2) lectura; 3) decodificación e interpretación; 4) representación en la memoria episódica; 5) formación, usos y actualización general y de las creencias” (Van Dijk, 1990: 201).

En el proceso de la comprensión por parte del lector, la percepción y atención, clasificación y relevancia de los titulares de la noticia es fundamental dado que los titulares controlan la atención y la lectura. La lectura implica la decodificación e interpretación del texto. La lectura de los titulares puede llevar a la continuidad de la actividad en el texto o la interrupción, dependiendo del grado de interés, comprensión, relevancia, novedad, actualidad,... del texto periodístico.

La decodificación e interpretación de titulares supone la comprensión y un sistema de control, entendido y manifestado a través de lo que Van Dijk (1990: 205) señala como macroestructura del texto, superestructura, información macroestructural, plan de lectura parcial.

La lectura de titulares y comprensión implica el análisis lingüístico-gramatical (semántico, sintáctico) para traspasar de este nivel al conceptual e intencional, lo cual manifiesta la importancia de estas mismas operaciones en el proceso productivo (tanto en el modelo cognitivo como lingüístico).

La interpretación de titulares no sólo pasa por los procesos lingüísticos, sino también por los problemas del conocimiento; esto ayuda a la posterior comprensión y determinación de la macroestructura del texto.

El objetivo de la comprensión del texto o del procesamiento informativo lleva al “establecimiento de un modelo situacional en la memoria episódica” (Van Dijk, 1990: 208), es decir, la formación del componente situacional, circunstancial, contextual; los elementos que describen y determinan el componente pragmático, según observamos en el modelo lingüístico comunicacional.

En síntesis, la comprensión del texto es un proceso complejo de aplicación de los diferentes elementos y estrategias que también tienen que ver con la producción del texto y la representación de modelos (cognitivos, lingüísticos, contextuales).

La actividad productiva e interpretativa se manifiesta dentro de la configuración del

La actividad productiva e interpretativa se manifiesta dentro de la configuración del modelo de análisis de texto y las normas de textualidad con la intencionalidad (referida a la producción) y la aceptabilidad (referida a la recepción; comprensión):



4. El texto

Aunque no se señalaba al principio de este trabajo que se utiliza indistintamente texto periodístico, lenguaje periodístico, discurso periodístico, estilo periodístico, es evidente que existe, en el sentido estricto lexical, diferencia entre cada uno de los términos. Aquí, en este apartado, dada la especificidad temática, sí conviene diferenciar las particularidades.

Parfraseando los lineamientos de Adam y Lorda (1999), se puede definir el texto como un objeto verbal dotado de organización interna propia que mantiene la unidad y el equilibrio informativos a través del entrelazamiento de las diversas unidades jerarquizadas.

El discurso tiene que ver con las unidades del lenguaje y contempla las dimensiones del texto (estructuras del discurso en niveles descriptivos) y el contexto (propiedades contextuales: proceso cognitivo, modelo situacional, sociocultural).

El análisis del discurso implica tanto al texto como a su interacción comunicativa (texto-contexto). En este sentido, el análisis del discurso incluye la gramática textual (descripción sintáctica y semántica) o las reglas de la textualidad (cohesión, coherencia) y las propiedades contextuales (componente pragmático), las reglas de la situacionalidad e intertextualidad.

El análisis del discurso supone la descripción de los procesos de producción, los procesos de interpretación, los contextos cognitivos, la interacción social, los modelos situacionales y contextuales. “Una explicación completa del discurso periodístico exige tanto una descripción de las estructuras textuales de la noticia, como una descripción de los procesos de producción y recepción del discurso periodístico en situaciones comunicativas y contextos socioculturales” (Van Dijk, 1990: 53).

Con los elementos que integran los procesos de la acción comunicativa, se entra nuevamente en el modelo lingüístico comunicacional que fundamenta este estudio. Al revisar el contenido esencial de “las estructuras de la noticia” que presenta Van Dijk (1990: 53 y ss.), se puede ir comprobando la coincidencia esencial con el modelo lingüístico (los recorridos, niveles, ubicación, procesos, estructura, esquemas, uso del lenguaje), lo cual hace pensar en la validación del modelo aplicado al discurso periodístico.

En la estructuración u organización de la noticia (discurso periodístico), Van Dijk incluye la estructura temática, las diferentes macroestructuras, la determinación del tema o asunto,

la macroestructura semántica y cognitiva, las proposiciones, las macroproposiciones, argumentos (en la oración), complejidad oracional, hechos (mundo histórico real, imaginario), macrorreglas (supresión, generalización, construcción), organización de la noticia (tema, titular, estructura, resumen, macrosuceso, macrorreglas, situación, representación cognitiva).

Las principales categorías del esquema periodístico (titular, encabezamiento, resumen, episodio, consecuencia, reacciones comentarios,...) se presentan estructuradas del siguiente modo:



Otro término usado frecuentemente como sinónimo de discurso periodístico es el de estilo periodístico.

El estilo es una propiedad particular en el uso de lenguaje; está asociado a la personalidad, al usuario (v.gr., el estilo G. G. Márquez) y a la estética del uso del lenguaje. El estilo periodístico, siguiendo a Van Dijk, está controlado por el contexto comunicativo; el lector está implícitamente presente (se tiene en cuenta al lector de clase media, por ejemplo); existe un conocimiento compartido; debe llevar indicadores que presupongan ese conocimiento compartido; el discurso periodístico (estilo) es, a veces, impersonal, institucional; presenta características del uso (de la comunicación formal); posee la naturaleza pública de la comunicación. “El estilo es resultado de las elecciones que el hablante realiza entre las variaciones opcionales de las formas del discurso que pueden utilizarse para expresar más o menos el mismo significado (o denotar el mismo referente)” (Van Dijk, 1990: 49). Tiene vinculación con el contexto comunicacional. Visto así, el estilo se desprende de la acción comunicativa discursiva (textual), es decir, del modelo cognitivo, modelo de texto, modelo de contexto (modelo lingüístico comunicacional) y no a la inversa, como aparentan presentar los manuales.

La retórica del discurso (periodístico) tiene que ver con el modo en que se dicen las cosas; el “arte de bien decir, de embellecer la expresión de los conceptos, de dar al lenguaje escrito o hablado eficacia bastante para deleitar, persuadir o conmover” (RAE, 2001: 1.789). Depende de los objetivos, fin y efectos que se desean buscar en la comunicación (que las personas entiendan lo que decimos, pensamos, creemos,...). El discurso periodístico se caracteriza por la persuasión, los actos de habla asertivos, estructuras gramaticales, jerga pragmática, argumentación; la atención por lo negativo, lo sensacionalista, la retórica de las emociones (satisfacer condiciones cognitivas o emocionales); presentación de informes de accidentes, sucesos,...

“La retórica periodística no se limita a las figuras usuales del habla. Más bien, se utilizan los dispositivos estratégicos que relacionan la veracidad, la plausibilidad, la corrección, la precisión y la credibilidad” (Van Dijk, 1990: 138). Por encima de la relevancia, coherencia, argumentación la retórica busca en el discurso periodístico aspectos del habla o de la

argumentación,... la retórica busca en el discurso periodístico aspectos del habla o de la escritura que tengan carácter persuasivo.

A modo de síntesis, integración y reorganización, dentro de la lingüística textual y retomando los principios constitutivos de la comunicación textual, la cohesión y la coherencia se presentan en forma interactiva (sintaxis, sentido, contenido), centradas en el texto, según se aprecia en el esquema de la página siguiente.

5. El contexto

Revisando la concepción de contexto en los últimos escritos de Van Dijk (1999), se observa en todos ellos una constante: la pertinencia del contexto en la producción o comprensión del texto. La sistematización más completa de la definición de contexto queda manifiesta como sigue: “el conjunto estructurado de todas las propiedades de una situación social que son posiblemente pertinentes para la producción, estructuras, interpretación y funciones del texto y la conversación” (Van Dijk, 1999: 266).



La definición lleva implícita la concepción del contexto discursivo en la interacción comunicativa y, por consiguiente, los principales participantes del modelo comunicativo: emisor-texto-receptor.

El contexto desempeña un papel fundamental, tanto en la descripción como en la explicación del texto, en la producción e interpretación; lo cual justifica el análisis del contexto, las propiedades o, en palabras de Van Dijk, los modelos de contexto.

La situacionalidad incluye el entorno y su interacción; hace referencia a la relación texto-situación. Tiene en cuenta los factores o elementos que determinan la relevancia del texto en una situación determinada de la interacción comunicativa.

La intertextualidad se refiere al conocimiento que de los textos anteriores se posea. Implica considerar las características del texto, la tipología textual.

Con estas consideraciones, se presenta el esquema de modelo de texto, fusionando las reglas de la textualidad con la concepción de Van Dijk (1999: 267) del modelo de contexto dentro del esquema comunicacional:



6. Normas de textualidad

la macroestructura semántica y cognitiva, las proposiciones, las macroproposiciones, argumentos (en la oración), complejidad oracional, hechos (mundo histórico real, imaginario), macrorreglas (supresión, generalización, construcción), organización de la noticia (tema, titular, estructura, resumen, macrosuceso, macrorreglas, situación, representación cognitiva).

Las principales categorías del esquema periodístico (titular, encabezamiento, resumen, episodio, consecuencia, reacciones comentarios,...) se presentan estructuradas del siguiente modo:



Otro término usado frecuentemente como sinónimo de discurso periodístico es el de estilo periodístico.

El estilo es una propiedad particular en el uso de lenguaje; está asociado a la personalidad, al usuario (v.gr., el estilo G. G. Márquez) y a la estética del uso del lenguaje. El estilo periodístico, siguiendo a Van Dijk, está controlado por el contexto comunicativo; el lector está implícitamente presente (se tiene en cuenta al lector de clase media, por ejemplo); existe un conocimiento compartido; debe llevar indicadores que presupongan ese conocimiento compartido; el discurso periodístico (estilo) es, a veces, impersonal, institucional; presenta características del uso (de la comunicación formal); posee la naturaleza pública de la comunicación. “El estilo es resultado de las elecciones que el hablante realiza entre las variaciones opcionales de las formas del discurso que pueden utilizarse para expresar más o menos el mismo significado (o denotar el mismo referente)” (Van Dijk, 1990: 49). Tiene vinculación con el contexto comunicacional. Visto así, el estilo se desprende de la acción comunicativa discursiva (textual), es decir, del modelo cognitivo, modelo de texto, modelo de contexto (modelo lingüístico comunicacional) y no a la inversa, como aparentan presentar los manuales.

La retórica del discurso (periodístico) tiene que ver con el modo en que se dicen las cosas; el “arte de bien decir, de embellecer la expresión de los conceptos, de dar al lenguaje escrito o hablado eficacia bastante para deleitar, persuadir o conmover” (RAE, 2001: 1.789). Depende de los objetivos, fin y efectos que se desean buscar en la comunicación (que las personas entiendan lo que decimos, pensamos, creemos,...). El discurso periodístico se caracteriza por la persuasión, los actos de habla asertivos, estructuras gramaticales, jerga pragmática, argumentación; la atención por lo negativo, lo sensacionalista, la retórica de las emociones (satisfacer condiciones cognitivas o emocionales); presentación de informes de accidentes, sucesos,...

“La retórica periodística no se limita a las figuras usuales del habla. Más bien, se utilizan los dispositivos estratégicos que relacionan la veracidad, la plausibilidad, la corrección, la precisión y la credibilidad” (Van Dijk, 1990: 138). Por encima de la relevancia, coherencia, argumentación la retórica busca en el discurso periodístico aspectos del habla o de la

diversos grados de complejidad; así el sintagma marcará la relación o dependencia sintagmática (SN = det + núcleo + adyacente; SV = verbo + complemento; S. Prep.= enlace + término; ...), la oración marcará una dependencia gramatical (estructura dependiente de la naturaleza del verbo); el texto presentará una jerarquización superior tanto en la estructura como en las dependencias, según sea la integración de esquemas del modelo comunicacional.

La cohesión da estabilidad al enunciado, oración o texto. Se opone a la ambigüedad, tiene vinculación estrecha con el sistema. El sistema es el aspecto estable de la lengua, marca las relaciones y las dependencias. Dentro de este sistema al que nos referimos está la sintaxis. La sintaxis desempeña una función importante en la comunicación textual: dar cohesión a la cláusula, a la oración o al texto.

La cohesión en el sintagma, cláusula y oración se da mediante elementos que señalan las relaciones de dependencia gramatical; todas ellas marcadas por el componente sintáctico. Beaugrande tiene en cuenta varios mecanismos para determinar la estabilidad del sistema y cohesión textual: “repetición parcial, paralelismo, paráfrasis, uso de preformas, elisión, tiempo y aspecto verbales, conexión y entonación” (Beaugrande y Dressler, 1997: 91). En el texto “la operación cohesiva principal consiste en establecer los procedimientos mediante los cuales los elementos [...] puedan reutilizarse, modificarse o comprimirse” (Beaugrande y Dressler, 1997:98). Si nos ubicamos en el modelo lingüístico comunicacional podemos acudir a las dependencias gramaticales y la jerarquización frástica para determinar la cohesión textual. Metodológicamente se puede seguir el recorrido y la elaboración de esquemas: esquemas analíticos (EA) ® esquemas de entendimiento (EE)® esquemas predicativos (EP)® esquemas integrados (EI)® esquemas resultantes (ER)® enunciado (texto).

La complejidad de las relaciones y funciones sintácticas aumentará o disminuirá en la medida en que la complejidad de la cláusula o texto aumente o disminuya sus esquemas estructurales.

“Una equivocación en la construcción estructural de una cláusula o de una oración puede desorientar al receptor” (Beaugrande y Dressler, 1997: 98). Cómo producir una cláusula o un texto sin ambigüedades y cómo resolver esas ambigüedades por parte del receptor en el análisis e interpretación textual son aspectos que la gramática, la sintaxis y la cohesión deben tener en cuenta.

6.2. Coherencia

Si la cohesión tiene que ver con la gramática, con las dependencias gramaticales, con el componente sintáctico, la coherencia se refiere al conocimiento, al sentido. Cohesión y coherencia interactúan y mantienen relación con el texto; sintaxis y semántica no pueden aparecer desvinculadas en el texto. Así como no hay semántica sin sintaxis y viceversa, de igual modo es difícil concebir la coherencia sin la cohesión y viceversa.

“La coherencia regula la configuración [...] de los conceptos y de las relaciones que subyacen bajo la superficie del texto” (Beaugrande y Dressler 1997: 37)

subyacen bajo la superficie del texto (Beaugrande y Dressler, 1997: 37).

El concepto implica la formación del conocimiento, los contenidos cognitivos (conocimiento del mundo, conocimiento del texto, conocimiento semántico organizado, conocimiento episódico individual). “Los conceptos pueden descomponerse [simplificarse] en unidades básicas” (Beaugrande y Dressler, 1997: 138). En el modelo lingüístico comunicacional, ubicados en el nivel conceptual, identificaríamos esas “unidades básicas” en la causalidad, los noemas, los universales, rasgos, marcadores primitivos.

“Las relaciones son los vínculos que se establecen entre los conceptos” (Beaugrande y Dressler, 1997: 37), es decir, la vinculación entre las entidades (E) y el comportamiento (C): (E x C), para determinar el evento de la intención comunicativa (propósito).

La coherencia es producto de los “procesos cognitivos puestos en funcionamiento por los usuarios de los textos” (Beaugrande y Dressler, 1997: 39). Cuando esto ocurre, cuando se transmite un conocimiento en el texto en forma efectiva a través de las formas lingüísticas y relaciones adecuadas, decimos que el texto tiene sentido; las expresiones que determinan el conocimiento y lo integran en nuevos esquemas forman una continuidad del conocimiento en el texto. Así pues, el sentido y la continuidad del sentido son dos propiedades fundamentales del texto. Un texto “sin sentido” carece también de continuidad del sentido.

Un texto tiene sentido porque existe en él interacción entre el conocimiento del mundo de los interlocutores (emisor-escritor / receptor-lector) y el conocimiento presentado en el texto; es decir, el texto es concebido como interacción comunicativa. El sentido o sin sentido del texto vendrá dado por los ajustes o desajustes de los conceptos, la organización, las relaciones entre las entidades y comportamientos, el conocimiento del mundo,... La continuidad del sentido está en la base de la coherencia, y la coherencia en sí misma.

En la producción del texto es preciso tener en cuenta la continuidad del sentido a través de lo que Beaugrande y Dressler (1997: 149) llaman control textual que contemplaría: conceptos primarios (objetos, situaciones, acciones), conceptos secundarios (estado, agente,...), conceptos de operaciones mentales (percepción, cognición, emoción, volición, comunicación,...). Ubicados en el modelo lingüístico, estaríamos en la determinación del propósito y evento (nivel conceptual), la participación del módulo casual y la presencia de las modalidades.

En síntesis, “la coherencia ha de entenderse como el resultado de la combinación de los conceptos y de las relaciones en una red compuesta por espacios de conocimiento orbitando alrededor de los temas principales del texto” (Beaugrande y Dressler, 1997: 148).

6.3. Intencionalidad y aceptabilidad

La cohesión y la coherencia discursivas están estrechamente relacionadas y son parte de la competencia del productor (emisor-escritor), pero que a la vez se apoyan y se

p p (sustentan con la aceptación por parte del receptor (lector).

“La intencionalidad se refiere a todas las modalidades en las que los productores textuales utilizan los textos para conseguir que se cumplan sus intenciones” (Beaugrande y Dressler, 1997: 173). Implica una actitud del productor del texto, la meta, el cumplimiento de sus intenciones; es decir, la intencionalidad que encierra una acción productiva, comunicativa, discursiva: alguien decir algo a alguien a través de algo para algo.

La aceptabilidad “se manifiesta cuando un receptor reconoce que una secuencia constituye un texto cohesionado, coherente e intencionado porque lo que comunica es, a su juicio, relevante” (Beaugrande y Dressler, 1997: 13). La aceptabilidad hay que incluirla en la acción comunicativa por su integración en la interacción discursiva.

La teoría de los actos de habla (acto locutivo, ilocutivo, perlocutivo) no se considera suficientemente explícita en la lingüística textual para poder describir la intencionalidad en la interacción del discurso, de ahí que los autores citados acudan a las ideas y planteamientos de Paul Grice.

Grice propone un “principio de cooperación” determinado por una serie de “máximas” que siguen los productores en la conversación (discurso), en el intercambio comunicativo. El productor debe contribuir en la acción comunicativa discursiva de la manera más apropiada para poder lograr el fin que se propone; el productor debe tener en cuenta:

El principio o máxima de cantidad, consistente en presentar o contribuir en la comunicación con la información necesaria para cumplir los objetivos; ni más ni menos de la información novedosa requerida, imprescindible. Esta máxima, referida a la caracterización periodística tradicional, hace alusión a la concisión.

El principio o máxima de calidad. Tiene que ver con proporcionar la información sincera. Decir la verdad, sociológicamente, es elemental para la convivencia. Según esta máxima, no se puede informar o comunicar aquello que es falso o de lo que no se poseen pruebas. Este principio, llevado al periodismo, raya con la veracidad y el principio ético de información veraz.

El principio o máxima de relación, es decir, lo relevante. “La relevancia tiene que ver con dos aspectos: a) qué tipo de conocimiento guarda relación con un tema determinado y b) qué clase de conocimiento será útil para alcanzar cierto objetivo” (Beaugrande y Dressler, 1997: 177). Ubicados en el discurso periodístico, pensamos en la relevancia o pertinencia de la noticia periodística transmitida o cómo se transmite, qué conocimiento se transmite y en qué medida es novedoso para el receptor.

El principio o máxima de manera. Se refiere a los modos, formas, como puede organizarse un texto: clara, precisa, ordenada, breve.

La claridad es un principio fundamental de la comunicación textual. Implica este principio “no ser oscuro” en el modo de expresarse, tanto en la proyección del contenido

seleccionado (conocimiento) como en la forma o expresión. La oscuridad discursiva no justifica la erudición, sino la incomprensión, contraria al elemental principio de la acción comunicativa que es entenderse.

La ambigüedad comunicativa textual contradice la claridad y puede convertirse en obstáculo en la interacción comunicativa.

Este principio o máxima, propuesto por Grice incluye el orden, es decir, la presentación de la información en orden adecuado (orden sintáctico, orden semántico, cronológico; orden jerárquico, estratégico,...).

La organización de un discurso fuera de lo convencional obliga a esfuerzo mental superior y, por consiguiente, repercute en la comunicación e interpretación discursiva. La “estrategia de ordenación” comienza con la percepción del mundo real o imaginario y su manifestación y realización discursiva (conceptual y lingüística).

La capacidad y posibilidad de convicción que pueda tener un discurso están relacionadas con el plan de “adecuación” que presenta el discurso en sus diferentes niveles (componente cognitivo, componente lingüístico) y principios o máximas señaladas.

Así como la cohesión y la coherencia interaccionan con el productor del texto, del mismo modo podemos señalar la relación importante de la situación comunicativa y del contexto en la intencionalidad y aceptabilidad de la comunicación discursiva.

6.4. Situacionalidad

Esta norma de textualidad “se refiere a los factores que hacen que un texto sea relevante con respecto a la situación comunicativa en que aparece” (Beaugrande y Dressler, 1997:225).

La relevancia tiene que ver con dos aspectos importantes, referidos con anterioridad: a) el tipo de relación que guarda el conocimiento con un determinado tema y b) qué conocimiento es útil para alcanzar un determinado objetivo.

La relevancia del texto nos refiere al lugar que ocupa la información en la estructura sintáctico-semántica. La información más relevante se suele presentar en las valencias dependientes del lexema verbal: en la estructura funcional sintáctico-semántica, el privilegio que se da a la presencia sujeto-objeto; nominativo-agente --- acusativo-paciente; el quién hace qué del sistema casual conceptual. En el estilo periodístico (noticia) la situación marca una preeminencia sobre otras relaciones casuales; es decir, tiene relevancia el cómo, dónde, cuándo del sistema casual conceptual, que junto al quién y el qué determinan las 5 W's relevantes del estilo periodístico.

En el principio de relevancia existen dos variables fundamentales que configuran dicho principio: el esfuerzo cognitivo, es decir, el costo del procesamiento y el efecto contextual. El costo del procesamiento lo determinan la longitud del enunciado, la estructura

sintáctica, las condiciones de acceso al léxico. En la segunda característica se debe considerar la adición de información, la supresión de información, el reforzamiento.

El principio de relevancia en la concepción de Sperber y Wilson (1994) puede definirse del siguiente modo:

- a) En igualdad de condiciones, cuantos más efectos contextuales produce un enunciado, más relevante es ese enunciado.
- b) En igualdad de condiciones, cuanto menos esfuerzo de procedimiento requiere un enunciado, más relevante es ese enunciado.

(Moeschler y Reboul, 1999: 133)

La situacionalidad, enmarcada en estos parámetros de la relevancia y la textualidad comunicativa, incluye la referencia a la localización (localización situacional); implica un conocimiento previo, las expectativas trazadas, la organización de las situaciones del mundo; la manipulación de la situación comunicativa por parte del productor, es decir, los fines subjetivos; la manipulación textual; las metas de los participantes de la interacción comunicativa.

Una información destacada, relevante, influye en la estructura superficial del texto (en el caso del periodismo la inclusión de una técnica determinada); influye en la fijación y desarrollo del tema; implica una planificación discursiva economicista que busca equilibrio entre la eficacia (mínimo de esfuerzo - aspecto cognitivo) y la efectividad (éxito - efecto textual).

Las estrategias de ordenación estandarizada de la percepción del mundo, proyectadas sobre las secuencias lingüísticas, dan pistas al receptor de cuáles son las informaciones más relevantes que aparecen en el texto (Beaugrande y Dressler, 1997: 226).

6.5. Intertextualidad

La interpretación y comprensión de un texto dependen, además de las normas ya señaladas, del nivel de conocimiento que se tenga de textos anteriores. A esta interrelación entre los textos, la producción y recepción de los mismos, se denomina intertextualidad.

Beaugrande y Dressler (1997: 249) la define como

la relación de dependencia que se establece entre los procesos de producción y de recepción de un texto determinado y el conocimiento que tengan los participantes en la interacción comunicativa de otros textos anteriores relacionados con él.

La intertextualidad guarda relación con la producción y recepción textual y con la tipología textual.

Cada tipo de texto presenta unas características y patrones propios; cada tipo de texto presenta su intertextualidad. Existen múltiples y variados textos; existe multiplicidad de tipos de textos, lo cual dificulta la llegada a una tipología textual única, universal.

La tipología textual se relaciona con las diversas acciones discursivas, tanto en la multiplicidad y diversidad como en una tipología característica; así mismo, en el grado de adecuación en la relación textualidad-situación; es decir, existe relación entre la situación en que aparece el texto, el tipo de texto y las exigencias, normativas, características estilísticas de los textos (científico, literario, jurídico, periodístico,...); en síntesis: la tipología textual afecta a la intertextualidad.

Estas breves consideraciones hacen pensar en que no se puede prescindir, en el estudio textual, de la importancia e incidencia de la intertextualidad. Repárese en el modelo de contexto presentado anteriormente.

6.6. Informatividad

El elemento novedoso de un texto hace que al receptor le motive el texto. El que un texto sea impredecible, inesperado, con información desconocida, hace que el lector quede “enganchado”, motivado. El nivel de informatividad, considerada ésta como información novedosa, “se valora en función de su contenido” (Beaugrande y Dressler, 1997: 201). La importancia del contenido en el texto pone de relieve la cohesión y coherencia de la textualidad.

En la comunicación textual, Beaugrande y Dressler (1997: 211-215) presentan diversas fuentes de expectativas: a) el mundo real, de donde se seleccionan las situaciones, hechos, acontecimientos, eventos comunicativos; b) la organización de los elementos lingüísticos presentes en el texto; c) la técnica organizativa; d) el tipo de texto; e) el contexto inmediato.

La informatividad ejerce influencia en la textualidad porque implica la selección, el control y la organización temática (evento comunicativo) en la estructura lingüística textual. La creación de expectativas que determina la informatividad puede presentarse a través de la ordenación secuencial (jerarquización frástica, integración de módulos actanciales) y otras marcas lingüísticas formales (la negación/afirmación; la determinación/indeterminación; definición/indefinición).

En síntesis, “la informatividad, propiedad inherente a la materia discursiva novedosa e inesperada, ejerce un control decisivo sobre la selección y organización de las secuencias de opciones que integran el esquema textual” (Beaugrande y Dressler, 1997: 223).

7. Principios regulativos

El término regulativo está tomado de la taxonomía del acto del lenguaje de Searle. Los principios regulativos (eficacia, efectividad y adecuación) son para controlar la producción lingüística, la comunicación textual.

La eficacia se relaciona con el esfuerzo que el usuario realiza en el acto comunicativo. Se pretende la realización del mínimo esfuerzo en el procesamiento informativo textual a través de recursos cognitivos como la atención y las operaciones que permiten el acceso y

control de la información en el acto comunicativo, pero con los mejores resultados posibles; que es lo mismo que decir: buscar y alcanzar los mejores resultados en la comunicación discursiva textual con el menor esfuerzo posible.

La efectividad intensifica los recursos cognitivos para generar un impacto o impresión en el receptor, para alcanzar los efectos deseados y la meta propuesta en la comunicación textual.

La adecuación pretende establecer un equilibrio entre los criterios de textualidad, el uso que se hace del texto y la situación comunicativa.

La sumatoria de los elementos regulativos y constitutivos determina el modelo de texto, visto éste como el resultado del acontecimiento y proceso comunicativo que no puede prescindir de todo lo relacionado con la producción, la comprensión y los aspectos lingüísticos. Los elementos constitutivos y regulativos de la comunicación textual se integran en los componentes fundamentales de la gramática comunicativa: componente sintáctico, componente semántico, componente pragmático.

8. Los manuales de estilo periodístico

Una inquietud que se desprende, como consecuencia de todo lo expuesto hasta aquí, es la existencia, validez y pertinencia de los manuales de estilo y, por consiguiente, la misma caracterización y definición de estilo periodístico.

Los manuales de estilo periodístico son normativos; son recetarios y recordatorios de las normas básicas de la ortografía y gramática de la lengua. Un manual de estilo regula, normativiza lo que un periódico considera que lo identifica y es propio de él desde el “punto de vista ético, semiótico y lingüístico”, según señala Fernando Lázaro C. en el prólogo del manual del ABC (1993: 9), y tiene en cuenta dicho manual las “prescripciones idiomáticas”. Sin embargo, el mismo decano del periodismo español (ABC, 1993: 11) en su introducción, afirma que no pretende ser “una prescriptiva gramatical ni un tratado de redacción periodística”. La intención es una y la realidad otra diferente.

El Manual de Español Urgente (EFE) presenta como finalidad “prevenir posibles errores lingüísticos, servir de ayuda para resolver dudas y proporcionar criterios uniformes...” (Agencia EFE, 1998: 11).

El libro de estilo de El País, uno de los manuales más prestigiosos dentro del ejercicio del periodismo, advierte en su inicio que el manual “contiene normas de obligado cumplimiento” (El País, 1990: 10).

Consideran los autores del manual de estilo de El Nacional que dicho texto “es un conjunto de normas prácticas que no pretende ser original sino útil” (sic) (El Nacional, 2001:11).

El estilo periodístico concebido subjetivamente, dice G. Martín V. (1998: 28), se presenta

“como una proyección de la propia personalidad” y objetivamente “como un modo de hacer consecutivo al género literario que se cultiva”. No existe un estilo periodístico, sino un indeterminado número, por no decir como Martín Vivaldi (1998) “mil estilos diferentes”: el estilo piel, estilo idea, estilo forma, estilo hombre, estilo bizantino, estilo clásico, estilo lengua propia, estilo en general, estilo subjetivo, estilo objetivo, estilo interno, estilo externo,... y dentro del estilo periodístico, los autores de este género enumeran una serie de cualidades: claridad, concisión, densidad, exactitud, precisión, sencillez, naturalidad, originalidad, brevedad, variedad, atracción, ritmo, color, sonoridad, detallismo, corrección, propiedad, elegancia, discreción, tacto, fuerza,...; todo lo contrario a un estilo flojo, oscuro, farragoso, redundante, ampuloso, ambiguo, afectado,... Todos estos matices impresionistas y subjetivos son descripciones muy superficiales del discurso periodístico si los analizamos a través de la óptica de la lingüística textual y del modelo lingüístico comunicativo al que aludimos sistemáticamente como fundamento de la producción y comprensión textual.

Álex Grijelmo (2001) aconseja a los periodistas que se especialicen en la edición de textos, es decir, que ejerciten el “control de calidad del producto”; considera el lenguaje como instrumento creador de la inteligencia. El manual que presenta nace con el motivo fundamental de que los editores “puedan dejar de corregir tantos textos deficientes para tener tiempo de dedicarse, por fin, a conseguir el premio Nobel” (Grijelmo, 2001: 22), es decir, producir, crear. Este criterio y manera de concebir el discurso periodístico, probablemente está más cerca de un modelo lingüístico comunicativo.

En síntesis; después de considerar el lenguaje en función de la comunicación y de la cognición, de señalar el modelo lingüístico ubicando dentro de él diversos modelos (modelo de texto, modelo cognitivo, modelo lingüístico, modelo situacional, modelo de contexto,...), sólo queda pensar que el estilo periodístico es una particularidad tipológica dentro de la lingüística textual, dentro de la comunicación discursiva textual y dentro del texto periodístico en particular. El origen del estilo periodístico habrá que verlo en el saber de la gramática de producción, enmarcada en el modelo lingüístico comunicacional aplicado a la producción textual periodística, y de aquí surgirá el manual del periodista y del estilo periodístico.

Conclusiones

El texto se considera como una unidad de interacción comunicativa, en donde el lenguaje cumple a plenitud su función comunicativa y cognitiva.

En el proceso de la producción textual discursiva periodística se debe tener en cuenta el texto fuente, la situación, el contexto del evento,... para que mediante el análisis, interpretación y comprensión, el productor/emisor/periodista, fusionando la macroestructura con la superestructura, logre el texto adecuado.

La composición del texto periodístico supone el recorrido inverso al de la producción; implica la percepción, atención, lectura, decodificación, interpretación, representación en la memoria episódica.

Tanto en la acción productiva como interpretativa es preciso considerar, ubicados en las normas de textualidad, la relación intencionalidad-texto-aceptabilidad y por lo tanto los modelos: cognitivo, lingüístico, contextual.

Las normas de textualidad, al determinar el texto como evento comunicativo, son fundamentales para la organización, producción y comprensión del discurso periodístico, estilo y técnicas.

Los manuales de estilo periodístico deben ser concebidos como orientadores de la producción textual y no como simples formalismos, recetarios o decodificadores del lenguaje; en tal sentido la propuesta es presentar un modelo de gramática comunicativa orientada hacia la producción y comprensión del discurso periodístico.

Bibliografía

1. ABC. 1993. Libro de estilo. Edit. Ariel. Barcelona.
2. ADAM, J. y LORDA, CI. 1999. Lingüística de los textos narrativos. Edit. Ariel. Barcelona.
3. AGENCIA EFE. 1998. Manual de español urgente. Edit. Cátedra. Madrid.
4. BERNÁRDEZ, E. 1995. Teoría y epistemología del texto. Edit. Cátedra. Madrid.
5. BEAUGRANDE; R. y DRESSLER, W. 1977. Introducción a la lingüística del texto. Edit. Ariel. Barcelona.
6. BEAUGRANDE, R. 2000. "La saga del análisis del discurso" - El discurso como estructura y proceso. Edit. Gedisa. Barcelona.
7. CALSAMIGLIA, H. y TUSÓN, A. 1999. Las cosas del decir. Edit. Ariel. Barcelona.
8. EL NACIONAL. 2001. Manual de estilo. Los libros de El Nacional. Caracas.
9. EL PAÍS. 199. Libro de estilo. Edit. El País. Madrid.
10. FRANCO, A. 2002. Pragmática y gramática comunicativa- Utopía y Praxis Latinoamericana. Año 5. Nº 9 pp. 81-93. Universidad del Zulia. Maracaibo.
11. GRIJELMO, A. 2001. El estilo del periodista. Taurus. Santillana. Madrid.
12. MARTÍN V., G. 1998. Géneros periodísticos. Paraninfo. Madrid.
13. MOESCHLER, J. y REBOUL, A. 1999. Diccionario enciclopédico de pragmática. Arrecife publicaciones. Madrid.

14. MOLERO, L. 1998. Un modelo lingüístico para la planificación de la enseñanza de la lengua materna- Enseñanza de la lengua materna. Teoría y práctica. Fundacite-Zulia. Maracaibo.
15. POTTIER, B. 1992. Teoría y análisis en lingüística. Edit. Gredos. Madrid.
16. RAE. 2001. Diccionario de la lengua española. Edit. Espasa Calpe. Madrid.
17. ROCA-PONS, J. 1982. El lenguaje. Edit. Teide. Barcelona.
18. SEARLE, J. 1990. Actos de habla. Ensayo de filosofía del lenguaje. Edit. Cátedra. Madrid.
19. SPERBER, D. y WILSON, D. 1994. La relevancia. Visor. Madrid.
20. VAN DIJK, T. 1990. La noticia como discurso. Edit. Paidós. Barcelona.
21. VAN DIJK, T. 1999. La Ideología. Un enfoque multidisciplinario. Edit. Gedisa. Barcelona.