



**COLEGIO DE BACHILLERES
DIRECCIÓN DE PLANEACIÓN ACADÉMICA**

**COORDINACIÓN DEL SISTEMA
DE ENSEÑANZA ABIERTA**

**TALLER DE ANÁLISIS
DE LA COMUNICACIÓN I**

FASCÍCULO 3. LENGUAJE Y RECEPCIÓN

DIRECTORIO

Lic. Ramón Díaz de León Espino
Director General

Fís. Rafael Velázquez Campos
Secretario Académico

Lic. Ricardo Orozco Castellanos
Coordinador Sectorial de la Zona Norte

Lic. Arturo Monterrosas Tobón
Coordinador Sectorial de la Zona Centro

Profra. Ma. Elena Solís Sánchez
Coordinadora Sectorial de la Zona Sur

Mtro. Norman Pérez Paz
Coordinador del Sistema de Enseñanza Abierta

Mtra. Susana Sabath Heller
Directora de Planeación Académica

Q.F.B. Ma. Elena Saucedá Delgado
Directora de Servicios Académicos

Prof. Ricardo Camacho Segura
Director de Extensión Cultural

Derechos Reservados conforme a la ley
C 2002, COLEGIO DE BACHILLERES
Prolongación Rancho Vista Hermosa Núm. 105
Col. Ex Hacienda de Coapa
Delegación Coyoacán, CP 04920, México, D.F.

ISBN 970-632-092-X

Impreso en México
Printed in Mexico
Primera edición:



COLEGIO DE BACHILLERES

TALLER DE ANÁLISIS DE LA COMUNICACIÓN I

FASCÍCULO III. LENGUAJE Y RECEPCIÓN

Autores: Rafael León Hernández
Frank Viveros Ballesteros



Asesora de contenido:

Patricia Fernández Hernández

Asesora pedagógica:

Zafira Paula Meza Monge

Esta publicación tiene fines didácticos y de investigación científica acordes a los establecidos en el artículo 18 y análogos de la Nueva Ley Federal de Derechos de Autor.

ÍNDICE

PRESENTACIÓN GENERAL	7
PRESENTACIÓN	9
PROPÓSITO	11
INTRODUCCIÓN	13
CUESTIONAMIENTO GUÍA	15
EL LENGUAJE: SUS POSIBILIDADES Y MANIFESTACIONES	17
ORIGEN Y DESARROLLO DEL LENGUAJE	17
LENGUAJE Y COMUNICACIÓN	19
TIPOS DE LENGUAJE	23
CONCEPTOS DE SIGNO, SÍMBOLO Y SEÑAL	32
IMPORTANCIA DEL ACTO COMUNICATIVO EN DISTINTOS ÁMBITOS SOCIALES	37
EL PROCESO DE INTERPRETACIÓN	37
EL ENTORNO: CONTEXTO PRAGMÁTICO, SOCIAL Y CULTURAL	38
LOS NIVELES DE SIGNIFICACIÓN: DENOTACIÓN-CONNOTACIÓN	42
FUNCIONES DEL LENGUAJE EN EL ACTO COMUNICATIVO	47
FUNCIÓN REFERENCIAL	47
FUNCIÓN EXPRESIVA	48
FUNCIÓN INCITATIVA	48
FUNCIÓN POÉTICA O RETÓRICA	48

FUNCIÓN FÁTICA	48
REFERENCIALIDAD DE LOS MENSAJES	49
REFERENCIALIDAD DE LOS MENSAJES	48
FUNCIÓN RETÓRICA O POÉTICA DEL LENGUAJE	50
FIGURAS RETÓRICAS	52
RECAPITULACIÓN	55
ACTIVIDADES DE CONSOLIDACIÓN	57
LINEAMIENTOS DE AUTOEVALUACIÓN	59
ANEXO. LA PALABRA FINGIDA	62
BIBLIOGRAFÍA	65

PRESENTACIÓN GENERAL

El Colegio de Bachilleres, dentro de su plan de trabajo 1991-1994, consideró necesario impulsar la actualización y homogeneización de los programas de su plan de estudios, en sus modalidades escolarizada y abierta.

Con este propósito, y con una amplia participación de maestros del Colegio, se desarrollaron los trabajos de actualización, orientados al fortalecimiento de la formación propedéutica universitaria de sus egresados, de tal manera que nuestra Institución responda mejor, desde su ámbito de competencia, a los requerimientos del país.

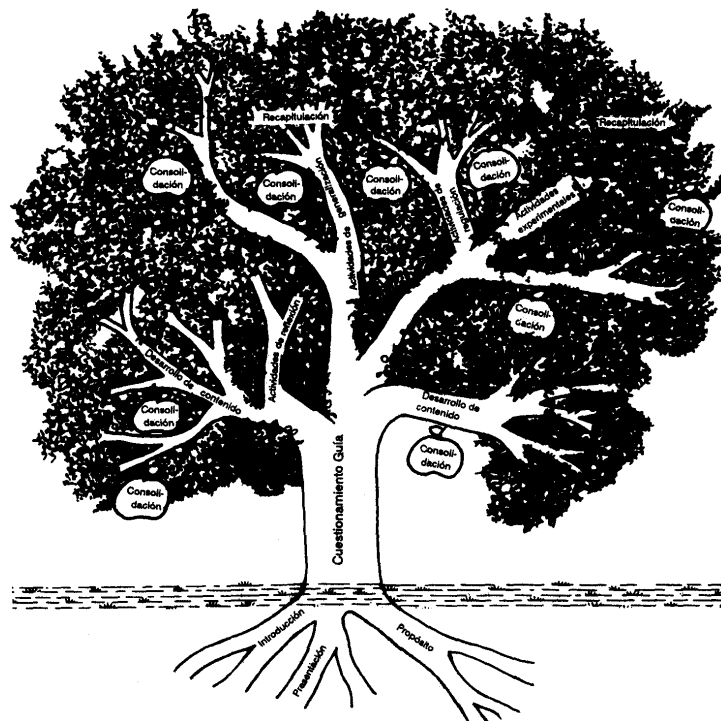
Como fruto de ese esfuerzo académico de profesores del Colegio de Bachilleres, en colaboración con asesores psicopedagógicos y de contenido, se proporcionan a nuestros estudiantes estos fascículos de apoyo al aprendizaje, los que en forma dinámica se irán mejorando en la medida que se recojan las experiencias directas y enriquecedoras que aporta el ejercicio educativo.

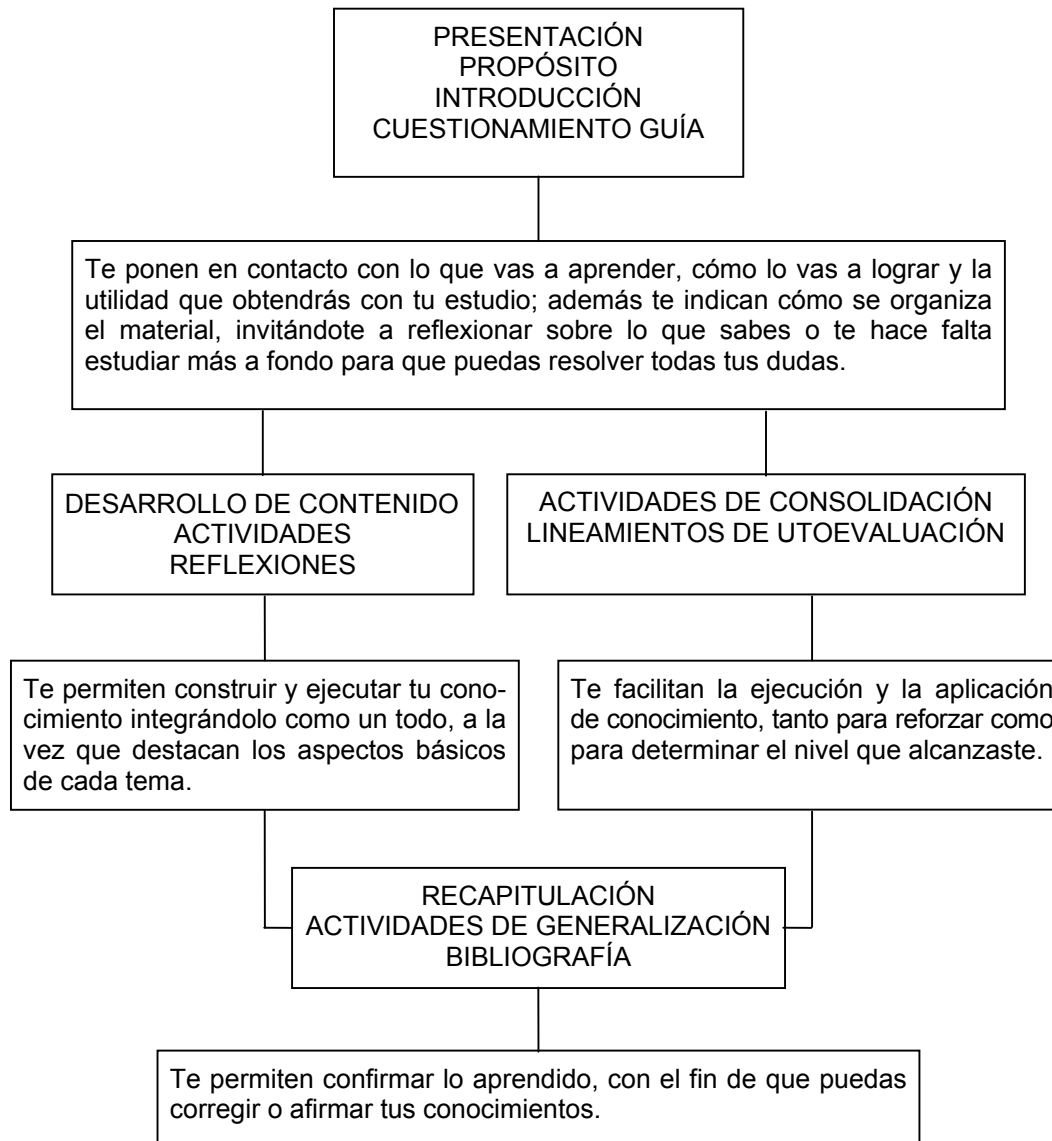
DIRECCIÓN GENERAL

PRESENTACIÓN

El Colegio de Bachilleres, en apoyo a su programa “Actualización y Homogeneización de los programas del Plan de Estudios”, preparó el presente fascículo: *Lenguaje y recepción*, el cual constituye el tercero de una serie de seis que integran la asignatura Taller de Análisis de la Comunicación I.

En su contenido se analizan diversos elementos de manera que te facilitan el aprendizaje y la construcción del conocimiento para que, al finalizar su estudio, puedas aplicar lo aprendido en las diferentes actividades de tu vida diaria. Estos elementos son:





PROPÓSITO

La intención de este fascículo es crear las condiciones para que comprendas y valores la importancia del lenguaje como medio de comunicación, destacando su valor en el entorno comunicativo.

Asimismo, conocerás el origen, desarrollo y tipos de lenguaje para que te involucres en el mundo del análisis de los mensajes, ya que los elementos que te aporta este fascículo son muy importantes para el ejercicio de tu comunicación cotidiana. ¿Te has preguntado alguna vez, cuántos lenguajes usas al platicar y cómo se regulan?

De igual forma, la actividad que tomes ante estos contenidos es decisiva para que comprendas y adquieras habilidades comunicativas que te permitan aplicar estos conocimientos en tu vida diaria.

INTRODUCCIÓN

Al concluir el estudio de este fascículo comprenderás y valorarás la importancia del lenguaje como forma de codificación en los procesos comunicativos a través del análisis de distintos tipos de lenguajes, mismos que identificarás en cualquier mensaje; también conocerás los conceptos de signo, símbolo y señal para que los utilices en los diversos lenguajes que aquí se exponen; estas herramientas te serán de gran utilidad para que en la práctica los apliques al análisis de mensajes.

Asimismo, conocerás la importancia de la significación en los actos comunicativos cotidianos con el fin de que compruebes y valores las formas y tipos de comunicación que ejercitas día con día contigo mismo y con los demás. Finalmente, desarrollarás la habilidad de reconocer las funciones que se dan en las diferentes formas y estilos de comunicación, confrontando sus usos en diversos lenguajes, y en distintos medios.

Para que adquieras estos conocimientos y habilidades es necesario que avances en tu estudio en forma ordenada, ejecutando todas y cada una de las actividades que se han preparado especialmente para ti, así tu aprendizaje tendrá resultados positivos que comprobarás en la práctica.

De esta forma te aseguramos que estarás preparado para que comprendas, valores, desarrolles y ejercites todas las formas de comunicación posible, para que a partir de ello mejores tu estilo de comunicarte con las personas que te rodean, con las que interactuas en la escuela, con tu familia, con los vecinos y amigos, etc.; ésto te permitirá actuar con soltura y espontaneidad en los círculos sociales en los que te desarrollas.

CUESTIONAMIENTO GUÍA

Uno de los instrumentos naturales con los que cuenta el ser humano para comunicarse es el lenguaje. Por medio de él, el hombre no sólo se relaciona, expresa y difunde sus sentimientos, ideas y pensamientos, sino que además es capaz de usar el lenguaje como instrumento de dominación: convence, impone, manipula, agrade; como un instrumento recreativo: juega y se divierte al describir, o al narrar objetos, hechos o personas; o como un instrumento artístico al transmitir sus más bellos pensamientos al rendirle culto a la vida, al amor, a la libertad, etcétera.

Como instrumento de comunicación, el lenguaje se manifiesta de diferentes maneras. ¿Podrías señalar cuántos tipos de lenguajes existen y cuáles son los más comunes? ¿Crees que el ser humano es capaz de utilizar en su comunicación diversos lenguajes en forma simultánea? ¿Cómo y por qué?

Al estudiar los tipos de lenguaje notarás la importancia de cada uno, así como sus similitudes y diferencias a partir de una serie de conceptos como: signo, símbolo y señal. ¿Cómo definirías cada uno de ellos? ¿Cómo los relacionarías? ¿Qué tan importante es para ti el acto comunicativo en los círculos sociales en los que te desenvuelves? ¿Cómo autoevalúas tus formas de comunicación? ¿Cómo interpretas a los demás y cómo crees que te interpreten cuando ejercitas tu comunicación?

En la interpretación de los actos comunicativos intervienen distintos elementos y niveles de significación, puesto que el lenguaje adquiere diversas funciones. ¿Cuáles serán éstas? Cuando lees o escuchas que alguien se expresa en términos complejos o común, o hace comparación o embellece el lenguaje, ¿qué usos hace del lenguaje? ¿Sabes qué son figuras retóricas? Te invitamos a que penetres en este espacio de lenguaje y comunicación, donde todo es posible.

EL LENGUAJE: SUS POSIBILIDADES Y MANIFESTACIONES

Sin duda alguna el lenguaje oral es el medio de expresión natural e inmediato con el que el hombre ha logrado comunicarse desde su aparición en la Tierra. Si pudiéramos hacer un recorrido por la historia, y detenernos unos momentos para ubicar con exactitud cómo fueron las primeras formas de expresión colectiva adoptadas por el hombre, seguramente nos sorprenderíamos de su capacidad creadora, pues ha construido toda clase de manifestaciones, formas y tipos de comunicación, vigentes aún en nuestros días.

¿Si no existiera el lenguaje qué posibilidades tendría el hombre para expresar su pensamiento? ¿Cuántas formas de expresión ha creado el ser humano para comunicarse con los demás, en ausencia de la palabra hablada o escrita?

ORIGEN Y DESARROLLO DEL LENGUAJE

PRIMERAS MANIFESTACIONES

El lenguaje articulado (que usamos cotidianamente para formar palabras y ordenarlas para explicarnos con sentido y secuencia lógica), al igual que los demás tipos, es producto de la evolución del hombre en sociedad, ya que gracias a él y a su naturaleza social es posible desarrollar y perfeccionar desde los lenguajes más simples hasta los más complejos.

Se da por hecho que las primeras manifestaciones del lenguaje se originaron cuando el hombre tuvo necesidad de expresar su pensamiento y de satisfacer sus necesidades más elementales en el seno de su grupo o comunidad social.

En el *Génesis*, Libro Primero de Moisés en la *Biblia*, se señala que las descendencias de Noé en su afán de subir hasta el cielo y encontrar a Jehová, construyeron una ciudad y una torre a la que llamaron Babel; al darse cuenta de ello, confundió Jehová la lengua de los hombres, los esparció por la faz de la Tierra y dejaron de edificar la ciudad. Encontramos en esta versión bíblica el origen del lenguaje a partir del origen del hombre; en el mismo libro se señala que Dios creó al hombre a su imagen y semejanza, y estuvo bajo su protección hasta que fue expulsado del edén, luego tuvo que valerse por sí mismo, trabajando. Esta interpretación histórica sobre el origen del hombre y del lenguaje, aún vigente, tiene gran significación hasta nuestros días, ya que en ella se

explica y fundamenta la actividad social, filosófica, moral y teológica de la familia, la Iglesia y en algunas sociedades el mismo Estado.

Otra interpretación histórica sobre el origen del hombre y el lenguaje la encontramos en el pensamiento materialista, cuyos principales exponentes son Carlos Marx, Federico Engels y Vladimir I. Lenin.

Federico Engels en su texto *El papel del trabajo en la transformación del mono en hombre*, señala cómo el trabajo y la creación de instrumentos sentaron las bases y determinaron el desarrollo del lenguaje. Nos dice que el lenguaje fue posible gracias al empleo de instrumentos y al proceso colectivo del trabajo. La alimentación a base de consumo de carne permitió al hombre, consecuentemente, una evolución extraordinaria del cerebro; una de las múltiples expresiones de este desarrollo fue la habilidad manual y la capacidad de descubrir y saber que junto a esta habilidad, existían enormes potenciales para obtener lo que necesitaba y luego lo que quisiera de la Naturaleza... y de los demás hombres; gracias a esto, la circunvolución de broca del hemisferio izquierdo (zona en la que se localiza la capacidad del cerebro para desarrollar el lenguaje), fue posible la organización de la caza colectiva, una de las principales tareas que permitió al hombre en transición articular sus primeras formas de expresión, por muy elementales que pudieran parecer.

Tomando en cuenta las consideraciones de Engels, Ernst Fischer señala que “los instrumentos mismos dieron la primera abstracción, la primera forma conceptual; el hombre prehistórico ‘dedujo’ como abstracción de las muchas hachas de mano individuales la cualidad común a todas, es decir, la de ser una hacha de mano. El no sabía lo que estaba haciendo: pero estaba, no obstante, creando un concepto”.¹

Junto con la realización de los procesos sociales de trabajo y la utilidad de algunos objetos para incorporarlos como instrumentos, el hombre desarrolló gradualmente su capacidad de abstracción; ello le permitió otorgar a los objetos útiles una significación y un valor –como los instrumentos de caza o los utensilios domésticos– que al paso del tiempo le llevo a ejercitar un sinnúmero de abstracciones cada vez más completas, hasta que poco a poco descubriría los primeros signos –fueran sonidos imitados de la Naturaleza o de los animales, pero transformados e incorporados como material fónico–, para utilizarlos como medio de expresión en cada una de las actividades diversificadas y coordinadas a través del tiempo y del espacio; las primeras formas del lenguaje ya eran posibles.

Al respecto, Fischer señala que el lenguaje “no sólo hizo posible coordinar la actividad la actividad humana inteligentemente, describir, transmitir, experimentar y por lo tanto, mejorar la eficiencia del trabajo, también hizo posible separar objetos al definirlos como determinadas palabras, sacándolos del anonimato protector de la Naturaleza y poniéndolos bajo el control del hombre”.²

Es como el desarrollo y perfección de los instrumentos para ejecutar con efectividad los procesos de trabajo, que se hizo posible que el hombre estableciera otras relaciones –consciente o no– con la Naturaleza y sus semejantes; su pensamiento ya lo externaba por

¹ Ernst Fischer, “El lenguaje”, en Jaime Goded: Antología sobre la comunicación humana. UNAM (Lecturas Universitarias, 25) México, p. 21.

² *Op. cit.*, p. 24.

medio del lenguaje utilizándolo como vehículo de expresión propio, pero la consolidación del trabajo colectivo lo perfeccionó explotando todas las posibilidades existentes para satisfacer la necesidad vital de comunicarse. Por lo anterior, la formación del lenguaje fue producto de un proceso largo y complejo, donde confluyeron diversos factores para su consolidación como medio de expresión y comunicación.

De acuerdo con las diversas formas en que se manifiesta el lenguaje, éste permanece en un estado dinámico y cambiante; vale la pena reflexionar cómo a través del tiempo y del espacio el lenguaje es testigo infinito de todos los acontecimientos, importantes o no, que han transcurrido en el desarrollo de la humanidad. La necesidad constante de expresión del hombre, su cotidianidad, estados de ánimo, conquistas y dominios, su infinita sed de poder, su instinto innato y capacidad de explicar rebasando sus límites, su grandeza y pobreza, le han llevado a crear múltiples formas de difusión del pensamiento, sus hechos, sus obras, su historia. Así, han surgido a través del desarrollo de la sociedad diferentes tipos de lenguajes (cada uno con características y funciones propias y complementarias), entre los más comunes están:

- Lenguaje oral
- Escrito
- Mímico o corporal
- Icónico (por medio de imágenes)
- Gestual o no verbal

LENGUAJE Y COMUNICACIÓN

Hasta el momento nos hemos referido al origen y desarrollo del lenguaje sin considerar qué debemos comprender por concepto de lenguaje, y cuál es su importancia como forma de codificación en el proceso de comunicación.

Así, decimos que el lenguaje es un medio de expresión adquirido que el hombre es capaz de utilizar para comunicarse consigo mismo, con los demás y con su medio natural y social. Por lo mismo, son usados diferentes lenguajes para relacionarse, obtener algo, o para estar en contacto permanente con lo que nos rodea.

Esta capacidad de expresión, oral o escrita, supone la observación de ciertas reglas generales que son propias del ejercicio del lenguaje, como el conocimiento y el orden lógico y estructurado de los signos; la codificación adecuada del mensaje que exprese con exactitud lo que se quiere decir a la cualidad de descifrar y asimilar en toda su dimensión, la interpretación del mensaje. En este sentido, el lenguaje y su conocimiento son de vital importancia, pues en él se determina la codificación y, por lo tanto, la intención o propósito de la comunicación, ya que toda comunicación persigue un propósito, para afectar a alguien o a algo. La codificación debemos entenderla como la agrupación sistemática de signos convencionales conforme a normas previamente establecidas, que influyen en la formulación e interpretación que sobre el contenido del mensaje se haga. La importancia de la codificación en el uso del lenguaje se da a partir de la intención programada del emisor, y se refleja en el contenido del mensaje.

Recuerda que el fascículo II estudiaste el proceso de la comunicación y cada uno de sus elementos: emisor, mensaje, canal, código y preceptor. Ahora debes tener en mente las funciones y características del emisor y la importancia del código en el acto comunicativo.

Respecto a la codificación, las distintas maneras de pensar y estructurar un mensaje –codificarlo– nos señalan las diversas formas de cómo expresarlo, cómo hacerlo presente, cómo decirlo... y cómo persuadir, convencer, para lograr nuestro propósito. Dice el refrán popular que en el pedir está el dar, es decir, el estilo personal que cada individuo tenemos para comunicarnos con los demás, nos permite definir y tomar una posición, una actitud, un punto de vista, ante nosotros mismos y ante los demás; esto significa que todos tenemos y adoptamos una forma muy particular de enfrentar e interpretar la realidad, sus hechos, fenómenos, y situaciones. Esta posición nos permite, junto con nuestras habilidades, convencer, persuadir y lograr el propósito de la comunicación.

¿Recuerdas los temblores ocurridos el 19 y 20 de Septiembre del 1985 en la ciudad de México? ¿Te acuerdas como reaccionó la gente y los comentarios de cómo los percibió, qué estaba haciendo en ese momento y cómo expresaba sus experiencias, con un estilo muy particular? Cada persona externaba sus puntos de vista, sus expectativas, sus recuerdos, codificaba sus mensajes y los comunicaba con un estilo muy propio, personal, ante los vecinos, amigos y la familia.

Lee con atención la “Historia del rey chiquito”.



FIGURA 1. (La jornada, México, 21 de abril de 1993, p. 25)

En estas imágenes los personajes de *Trino* utilizan diversas formas de codificación del mensaje, gracias a ello no sólo se logra la respuesta adecuada sino que las consecuencias son fatales.

En el proceso de la comunicación el emisor y el preceptor juegan roles alternos y cada uno en su momento elabora, codifica su mensaje y lo envía con una intención: “todo emisor tiene presente, lo reconozca o no, un tipo determinado de percibir, y a partir de ello elabora su mensaje”.³

³ Prieto castillo, Daniel: *Discurso autoritario y comunicación alternativa*. Premiá Editores, México, p. 96.

En la codificación el emisor pone en juego el éxito de su mensaje, independientemente del tipo de lenguaje y de los recursos que utilice para lograr sus propósitos; en ese sentido, David K. Berlo señala en su libro *El proceso de la comunicación*, que cuando la fuente desea enviar un mensaje lo codifica, traduce sus ideas, propósitos o intenciones a un código o clave. Lo traduce en una serie de símbolos o señales por medio de las cuales el mensaje puede ser cifrado o transmitido.

Lee atentamente el siguiente fragmento de la novela *Estas ruinas que vez* de Jorge Ibargüengoitia y subraya los párrafos donde los personajes ejercitan la codificación de sus mensajes.

Estábamos en la Flor de Cuévano, cuando Sebastián Montaña, que nos estaba explicando una regla de educación que acababa de inventar, se interrumpió para ver dos muchachas que acababan de entrar al café, y exclamó:

– Pero miren nada más qué culos!

Uno de los culos era de Gloria. Creo que me puse rojo.

Rocafuerte tiene todos los jueves audiencia con el gobernador Villalpando, para tratar de las computadoras. Ha dejado de viajar en el Zaragoza, compró un Thunderbird blanco y en él aparece todos los jueves, a las doce del día, estorbando el tránsito. Se estaciona donde dice “prohibido” y entra en la Flor de Cuévano a buscar a Gloria. Usa camisas de colores fuertes y se amarra un pañuelito rojo en el pescuezo. No sé donde toma el sol, pero está bronceado. Cuando va a ver al gobernador se pone un traje azul pavo.

El gobernador, nada que firma el contrato.

– Viernes. Mala suerte: Cuando estoy esperando a Gloria, aparece el doctor y me lleva a la Universidad en su coche negro. En el camino me cuenta un chisme.

–¿Ya supiste quién es el encuerado?

– El encuerado, según me cuenta el doctor, es un personaje mitológico que se pasea por los callejones en las noches de luna envuelto en una sábana. Cuando encuentra en su camino a alguna doncella, se descubre.

– El doctor no dice sexo; sus vergüenzas, etc., “el tilín tolón”, luego se queda allí parado viendo como la otra huye despavorida.

– Bueno, pues según el doctor ya se sabe quién es el encuerado: es Malagón.

– Si voy a serte franco me dice el doctor, ya me lo imaginaba. Alguien que pudiendo vivir en el paseo de los Tepozanes vive en el callejón de la Potranca tiene algo de raro.

Después me cuenta la historia que yo sé mejor que él.

– La cosa llegó a tribunales. Hay acta levantada, Malagón llegó al juzgado caminando entre policías, los testigos se presentaron por docenas, y si se salvó de la cárcel fue gracias a la intervención de Sebastián Montaña, a quién, por supuesto, no le conviene que sus amigos de farra anden por los tribunales.

No intento explicarle nada a este bruto. Me bajo en la calle del Sol y él se va convencido de que Malagón es exhibicionista.

Gloria llega tarde a clase. Entra en el salón cuando estoy explicando que la serranilla extremeña es un pequeño poema compuesto de versos cortos divididos en sextetos, septetos u octetos, en los que el primero de la primera estrofa rima con el último de la segunda, el primero de la tercera, el segundo de la cuarta y así sucesivamente.

Mientras hablo estoy mirando a Gloria...

Como vez, hay diversas formas de expresar tus mensajes pues a cada tipo de lenguaje que uses –aunque sea simultáneamente– le corresponde un código específico; si utilizas varios lenguajes a la vez, estarás usando varios códigos. Mas adelante analizaremos este aspecto con más amplitud.

A un lenguaje corporal le corresponde un código basado principalmente en movimientos corporales que, en su conjunto y expresado en orden lógico y estructurado, adquiere un significado para alguien; lo mismo sucede con el lenguaje no verbal, donde se reconoce la importancia de los gestos de la cara especialmente, como la zona más emotiva en producir expresiones significativas: coquetería con alguien que nos gusta, alegría, sorpresa, enojo, etcétera.

Los mensajes en el proceso de la comunicación pueden codificarse de muchas maneras: en ondas sonoras, en impulsos de corriente eléctrica –como el telégrafo–, movimientos de manos o de banderas –como cuando se estacionan los aviones–, pero siempre con un significado para el que lo recibe.

Cuando un emisor determina en qué forma desea afectar al perceptor, utiliza en su mensaje una forma específica de codificación que pueda ser comprendida por el destinatario y que además produzca la respuesta deseada. Sólo así podrá el perceptor interpretar y descifrar el mensaje, responder a él, aceptarlo o rechazarlo, y ejecutar o no la acción que desea el emisor de la comunicación.

Cuando se utilizan o codifican mensajes, es de suma importancia desarrollar y poseer habilidades para hacerlo. Si requerimos expresar nuestro mensaje por medio de la escritura o en forma verbal, necesitamos contar con un vocabulario amplio y adecuado para expresar nuestras ideas; la habilidad para comunicar y la facilidad para manejar el lenguaje, influyen en la manera de cifrar el mensaje y aún en nuestro pensamiento.

Los vínculos que el lenguaje y sus formas de codificación adquieren en el proceso de comunicación se ubican en el plano personal, grupal y social, y de ellos depende, en gran medida, la persuasión, manipulación y control que ejercen los hombres, por diversos medios –incluidos los de difusión colectiva– en sus relaciones sociales cotidianas.

En los fascículos V y VI de Taller de Análisis de la Comunicación I (TAC I), comprobarás, analizarás y practicarás lo que hasta ahora hemos estudiado.

ACTIVIDADES

Responde las siguientes preguntas:

1. Señala la relación lenguaje-codificación.

2. Proporciona y explica un ejemplo donde se noten claramente estas relaciones.

3. Lee con atención el artículo “La palabra fingida”, en Prieto Castillo, Daniel: *Retórica y manipulación masiva*. (Anexo 1)

4. Busca un ejemplo que contenga los conceptos: persuadir y conmover, analizados en el artículo mencionado.

5. En el mismo artículo se señala que la retórica, en tanto acto de comunicación, consiste en la elaboración programada de un mensaje que resulte efectivo para persuadir. Busca un ejemplo en los tipos de comunicación pública y privada que ya estudiaste en el fascículo II y explícalos.

TIPOS DE LENGUAJES

En la vida cotidiana los seres humanos producimos cientos de mensajes como respuesta a las necesidades de expresión. Esa producción se da básicamente a través de la palabra hablada, o del lenguaje verbal; sin embargo, junto con ella coexisten otros sistemas de comunicación con múltiples formas de expresión que enriquecen y diversifican las posibilidades de comunicación.

Comúnmente las diferentes formas que usamos para reforzar el contenido del mensaje van acompañadas de otros tipos de “lenguajes”, a los que corresponden subcódigos específicos y por tanto múltiples que complementan y apoyan la intención del emisor; así el proceso de comunicación se enriquece con la utilización simultánea de otros códigos que funcionan a manera de lenguajes: la moda del vestido y sus códigos de diseño y color usados por algunos afroamericanos en Estados Unidos, acompañados con movimientos corporales pronunciados y ciertas entonaciones marcadas en el uso de expresiones verbales, los caracteriza e identifica como pertenecientes a ese grupo social.

Entre los tipos de lenguajes más comunes se encuentran el verbal –que ya hemos analizado–, escrito, icónico, auditivo, corporal y no verbal.

A continuación estudiaremos cómo son y cuáles son sus principales características, en tanto la naturaleza de sus significados y no de sus posibles estructuras formales.



Figura 2. Lenguaje escrito, (Tomada de Jean, Georges: “La escritura, archivo de la memoria”, en Arqueología, Aguilar (Universal-Arqueología, México).

LENGUAJE ESCRITO

Surge como una necesidad para dar forma y presentar gráficamente el lenguaje articulado verbal. Sus primeras manifestaciones fueron posiblemente ideográficas, por ejemplo, el código maya, cuyos caracteres expresan una idea o conjunto de ideas en las que cada signo representa un objeto y al paso del tiempo un acontecimiento; por su parte, las unidades fonéticas representan los sonidos de las palabras de la lengua hablada.

La escritura como tal, nace aproximadamente hace seis mil quinientos años cuando se constituye como un conjunto de signos o símbolos, gracias a los cuales el hombre difunde y deja testimonio de su pensamiento y de sus hechos.

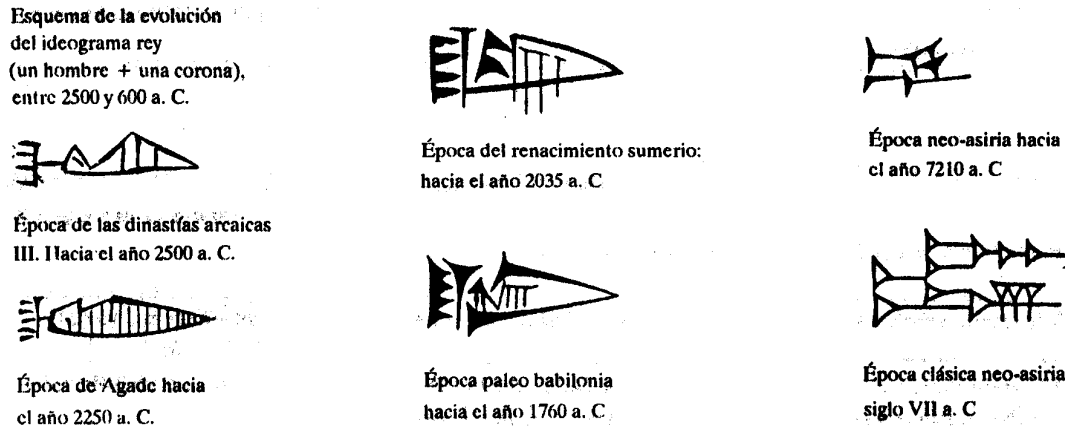


FIGURA 3. Esquema de la evolución del ideograma "rey", (Tomada de Jean, Georges: *Op. cit.*)

La historia de la escritura es larga, lenta y muy compleja, y no es nuestra intención abordarla como objeto de estudio, por esta razón nos centramos en señalar que es en Mesopotamia donde aparecen los primeros testimonios que hablan de la existencia de tablillas de arcilla en las que se registran, con distintos rasgos geométricos, datos sobre cuentas agrícolas. La organización social de los Sumerios, su sistema monetario y otras formas de vida que han permitido trazar las distintas fases de la escritura cuneiforme.

En Egipto surgen otras manifestaciones de la escritura: los pergaminos, en los que aparecen imágenes con otros rasgos, que dieron origen a la escritura jeroglífica.

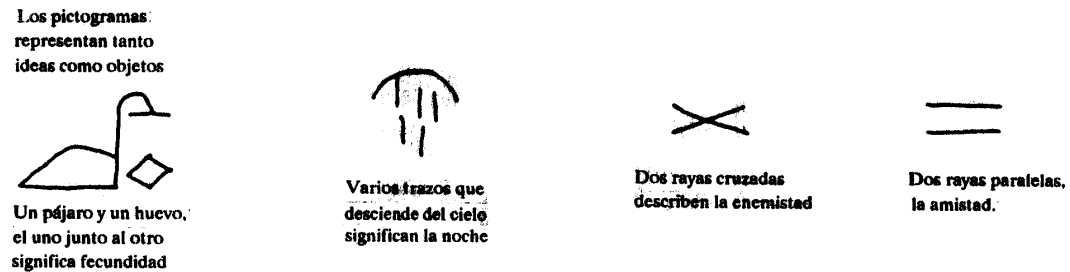


Figura 4. El lenguaje de los jeroglíficos. (Tomada de Jean, Georges: *Op. cit.*)

El desarrollo de la escritura trajo consigo la posibilidad de una nueva forma de comunicación: el lenguaje escrito, que significó la existencia de otras formas de convivencia entre las sociedades y, por tanto, estilos más precisos y concisos de expresión y difusión

del pensamiento. Allí, transcurrieron miles de años antes de que este medio de transmisión de mensajes llegara a su plena realización y pudieran establecerse los primeros alfabetos, como el romano y el griego.

Actualmente el ejercicio del lenguaje escrito ha generado el establecimiento de normas, procedimientos y rasgos específicos y particulares que todos podemos observar. En el caso de nuestro idioma conviene la importancia del uso correcto de las reglas gramaticales y de sintaxis que hacen posible un aprovechamiento excelente y eficaz de la comunicación escrita.

Gracias a la invención de la imprenta, de la prensa escrita y de los medios impresos que utilizan el lenguaje escrito, así como el desarrollo de tecnologías en la comunicación masiva, gozamos de la existencia de libros, bibliotecas, archivos y toda clase de testimonios que dan cuenta de la memoria del hombre y del tiempo.

LENGUAJE ICÓNICO

La palabra icono se define como imagen que representa o designa algo; un conjunto de iconos designa, por tanto, un conjunto de imágenes con un significado; a partir de su uso frecuente y sistemático se establece una especie de lenguaje icónico que es el que se da por medio de imágenes.

El lenguaje icónico sirve para comunicar infinidad de situaciones por medio de imágenes visuales, éstas pueden ser naturales e intencionales, y de ellas se originan dos tipos de comunicación:

- a) *Comunicación visual casual*: una puesta de Sol al atardecer, frente al mar, junto con un grupo de nubes rojizas en el cielo, nos indica que el día está por llegar a su fin.
- b) *Comunicación visual intencionada*: un espectáculo de luz y sonido, acompañado de una serie de juegos pirotécnicos lanzados al cielo, nos señala una fiesta o celebración en una comunidad.

La información difundida por medio del lenguaje icónico presenta características distintas a las del lenguaje verbal; los signos icónicos poseen, en relación con la realidad a la que intentan representar o reemplazar, formas más concretas de expresión que el signo verbal, por cuya articulación y niveles de abstracción se puede recordar un objeto, una persona o un acontecimiento, en tanto el lenguaje icónico ofrece imágenes concretas de ese objeto, esa persona o ese acontecimiento.

En el caso de la comunicación de masas, el uso del lenguaje icónico ha ido en aumento sobre la palabra hablada o escrita, ya que gracias a los avances de la tecnología es posible estructurar y comprender mensajes únicamente con el uso del lenguaje icónico. Estas afirmaciones nos permiten establecer la relación de complejidad entre el lenguaje verbal y el icónico; la existencia de ambos la podemos observar y escuchar a través de la televisión, el cine, leerla en la prensa, en libros ilustrados, o en historietas y fotonovelas.

Visualmente, el lenguaje icónico nos permite ser usuarios y consumidores de la comunicación visual, por tanto, nos acerca a un conocimiento más amplio de las cosas, lo que significa aumentar nuestras posibilidades de contacto con la realidad, ver y comprender el mundo que nos rodea.

ACTIVIDADES

1. Observa los siguientes ejemplos. ¿Crees que las imágenes corresponden con el contenido del mensaje escrito? ¿Por qué?



Registro

En cualquiera de nuestros hoteles.



Número de Habitación

Sólo tiene que pedir su llave en el hotel.



Registro de Equipaje

Ud. puede irse a su junta y su equipaje a su hotel.



Transportación

Inmediata a su hotel seleccionado

LENGUAJE AUDITIVO

La capacidad innata que tiene el ser humano para escuchar a los demás, o para oír y convivir con el mundo físico y natural que le rodea, le permite agudizar sus sentidos y hacer más dinámico su papel de perceptor. Gracias a ellos también distingue, imagina y supone hechos y fenómenos, creando, particularmente por las cualidades de la vista y el oído, múltiples imágenes tanto visuales como sonoras.

Todos los sentidos se asocian a los estados de ánimo cuando estamos conscientes de la importancia que cada uno guarda para nosotros; así, los sentidos nos transportan, como el del oído al otorgarnos la percepción del sonido, a trasladarnos de una emoción a otra, por ejemplo, al escuchar “Las cuatro estaciones” de Vivaldi, experimentamos un estado de relajación y tranquilidad; en tanto la música Heavy Metal o los éxitos de Elton John, nos inducen a crear y sentir un ambiente distinto, de fiesta, de bullicio, que nos despierta las ganas de bailar o cantar.

Así, distinguimos entre la existencia de otros lenguajes, el lenguaje auditivo, que ha sido utilizado generalmente por los medios de difusión sonoros; el sonido, junto con la música y los efectos, forman un lenguaje especializado y explotado por la radio, por lo cual, encontramos en este medio de difusión colectiva las distintas funciones que cumplen el sonido y los efectos.

Al respecto, Mario Kaplum señala que el sonido es el decorado radiofónico: “oímos el galopar y vemos el caballo; el ruido del tránsito vehicular nos ubica en medio de una arteria llena de movimiento; la sirena de un carro de bomberos y el crepitar del fuego nos lleva a visualizar el incendio”.⁴

Las funciones de los sonidos en la radio equivalen a la contextualización ambiental, a los escenarios donde se producen y recrean todas las formas de expresión auditiva: con los sonidos y los efectos describimos y ambientamos, expresamos, narramos y ornamentamos lugares, hechos, fenómenos y todo aquello que la imaginación nos permita ver a través del sonido.

El sonido armónico y sistematizado, junto con el ruido caótico y estridente, son parte del lenguaje auditivo que generalmente pasamos por alto al no hacerlo presente en nuestra vida cotidiana, al no concientizar su presencia y darnos cuenta de su uso e importancia.

Junto con el lenguaje icónico, el auditivo también confirma otra forma de expresión: el lenguaje audiovisual. Con la fusión de la imagen y el sonido se complementan y difunden (desarrollo tecnológico) con gran velocidad los contenidos de la información por cine, televisión, video y otras modalidades, como el caso de los videojuegos.

ACTIVIDADES

Con la finalidad de que ejercites los niveles de sensibilidad, te sugerimos realices los siguientes ejercicios.

1. En cualquier lugar donde estés cierra los ojos, relájate, concéntrate, no pienses en nada; escucha con atención, por un minuto, lo que hay a tu alrededor en el medio ambiente; imagina que construyes imágenes auditivas, muchas, una tras otra; si las ordenas secuencialmente crearás una atmósfera, un ambiente y luego... una narra-

⁴ Kaplum, Mario: *Producción de programas de radio*. CIESPAL, Quito, 1979, p. 175.

ción. Inténtalo y descubrirás el enorme potencial que posees, no sólo para recibir mensajes sino también para enviarlos.

2. Igual que en el lenguaje icónico, existen imágenes sonoras naturales o intencionales. Menciona el mayor número de ejemplos de cada una.

Imágenes sonoras naturales:

Imágenes sonoras intencionales:

LENGUAJE CORPORAL Y NO VERBAL

Cuando estás frente a un compañero del colegio conversando y escuchando qué hizo y cómo pasó el fin de semana, o bien frente a un maestro en el salón de clases explicando algo, podrás observar que además de utilizar el lenguaje verbal para expresar sus ideas, sus formas de comunicación, su estilo y desplazamiento por el aula siempre van acompañados de movimientos corporales y gestos diversos.

El lenguaje corporal y no verbal generalmente se asocia con el hablado, ya que cumple una función específica: complementar, reforzar o enfatizar el contenido del mensaje.

En ocasiones se comenta que alguien dice más con movimientos corporales y gestos que con palabras. Así, observa que mientras alguien mueve las manos, un pie o cualquier otra parte del cuerpo; además proyecta distintos gestos cuando acepta o rechaza, si está alegre, triste, risueño, indiferente, o enojado; en fin, cuando el sujeto pasa de un estado de ánimo a otro.

En el lenguaje no verbal, ¿qué función tienen los gestos con la cara? Precisamente es en la cara donde la mirada, los músculos faciales, los cambios de posición de los ojos, las cejas, los labios y los gestos que con ellos se hagan, donde se identifica y reconoce la zona especializada, y abundante en expresiones y señales no verbales que reflejan el comportamiento y actitudes de un sujeto, y que son usadas como complemento del lenguaje hablado.

Estas actitudes y formas de comportamiento no verbal conforman un tipo de lenguaje que se expresa justamente con el cuerpo y la cara. En gran medida se manifiestan en menor y mayor grado en un ambiente social o contexto comunicativo determinado por ciertas reglas de interacción.

El comportamiento no verbal “está basado en los movimientos del cuerpo, de la cara, de las manos, en la disposición espacial que asumen los cuerpos de los integrantes, en la entonación de la voz, en el ritmo y las reflexiones del discurso. Existe también toda una serie de comportamientos no verbales implícita en cada contexto interaccional: nos referimos al conjunto de reglas implícitas que ofrecen la clave comunicativa de cada situación interaccional”.⁵

Estas reglas de interpretación ejercidas en un contexto comunicativo, se hacen presentes, por ejemplo, cuando estás con tus compañeros y amigos en el patio de la escuela, pero tu actitud y comportamiento cambia si estuvieras en una ceremonia de bachilleres distinguidos, en una ceremonia religiosa con tu familia, en un funeral, en un examen, en una fiesta o en un estadio presenciando un partido de fútbol.

Tu comportamiento, actitudes y emociones la expresas de manera distinta –verbal, corporal y gestualmente– de acuerdo con el contexto, personas, lugar, reglas determinada y ambiente social en el que te encuentras. Además, las expresiones verbales siempre están acompañadas de señales no verbales que generalmente pasan inadvertidas entre los sujetos de la comunicación, y que no obstante adquieren gran importancia por su influencia y efectos en las relaciones sociales cotidianas.

Por ejemplo, cuando el locutor está frente a las cámaras, ante las pantallas de televisión, lee y comenta algunas noticias de acuerdo con sus intereses y puntos de vista. Es posible observar y establecer a partir de esto, que el conjunto de sus expresiones faciales y gestos, aunados al tono de su voz, constituyen un conjunto de señales no verbales que utiliza habitualmente para enfatizar su postura ante tal o cual acontecimiento y, consecuentemente, su capacidad de influencia sobre los televidentes.

Es importante destacar que como parte del lenguaje corporal y no verbal existe también lo que se conoce como kinésica y proxémica. Ricci Bitti y Cortesi señalan que la kinésica debe entenderse como el estudio de la comunicación a través de posturas corporales; afirman que Eco y Volli asignan con este término “el universo de las posturas corporales, de las expresiones faciales, de los comportamientos gestuales, de todos aquellos fenómenos que oscilan entre el comportamiento y la comunicación”.⁶

En estos términos, es posible establecer que toda forma de movimientos corporales tienen una función comunicativa y obedecen a una necesidad de expresión reforzadora y complementaria que seguramente otorga al sujeto presencia, dominio, seguridad y control sobre sí mismo y sobre los demás.

⁵ Ricci Bitti, Pío y Santa Cortesi: *Comportamiento no verbal y comunicación*. Gustavo Gili, Barcelona, 1980, p. 24.

⁶ *Op. cit.*, p. 67.

La kinésica ha sido incorporada como una forma de expresión abundante y prolífica en el teatro, la pantomima y la danza contemporánea; como parte de la creación artística, en la escultura, el dibujo y la pintura; en la oratoria, manifestándose en actitudes posturales, de la cabeza, los brazos, los movimientos de las manos, expresiones faciales, desplazamientos de la mirada, etcétera.

Por su parte, la proxémica se refiere al estudio del espacio personal y social del individuo, a la percepción y al contacto físico más inmediato, más próximo entre los sujetos involucrados en el acto comunicativo, determinado por la naturaleza de sus relaciones interpersonales.

Se han incorporado al estudio de la proxémica, del comportamiento especial, muchos conceptos que nos permiten ubicar y comprender su ejercicio cotidiano; al respecto se destaca la importancia del territorio entendido como el área defendida y representada por su propietario; en él se definen determinados lugares físicos como el cuarto de estudio, la recámara, la casa, la colonia y la ciudad.

Mientras, el espacio personal señala la zona que rodea de manera inmediata al individuo, espacio controlado del que se apropia para conseguir cierta autonomía: la silla y la mesa ubicadas en un lugar estratégico en el salón de clases, junto a la ventana que da al jardín de la escuela y que nadie más puede ocupar mientras estés presente; o bien, “tu lugar” a la hora de comer con tu familia o a la hora de ver televisión.

El contacto físico es la forma natural del hombre para saberse y sentirse parte de alguien: de una familia, de una pareja, de un grupo de amigos, en fin; el contacto físico asume distintas formas de expresión y nos indica no sólo la naturaleza de las relaciones interpersonales sino además la cultura a la que pertenece el sujeto: la efusividad del encuentro entre presidentes de algunos países europeos, y su gesto diplomático, se manifiesta en un abrazo y un beso en la mejilla; la cercanía entre dos personas y su consecuente contacto físico nos permite inferir una relación de noviazgo o algo semejante; un grupo de jóvenes sentados en el jardín del Colegio de Bachilleres, tocando la guitarra y cantando, nos indica una relación de camaradería.

¿Hasta dónde es importante la proximidad física? “Podemos decir que en general la proximidad física es importante en relación a la intimidad y a la dominación. Su significado varía según las circunstancias físicas externas: por ejemplo, la proximidad en un ascensor, al ser forzada no asume ningún significado asociativo, o bien la proximidad tendrá significado si un individuo decide colocarse cerca de otra persona teniendo a su disposición otros lugares. Cuando la proximidad se hace más estrecha entran en un juego otras modalidades sensoriales como: contacto y olor”.⁷

⁷ *Op. cit.*, p. 34.

Al estudiar y conocer todos estos tipos de lenguajes notará las posibilidades que cada uno tiene en lo particular de sus alcances, funciones y relaciones mutuas, sobre todo de la riqueza que cada uno aporta cuando su uso es simultáneo para hacer más dinámicas, versátiles y completas las formas de expresión del ser humano.

El ejercitar y concientizar estos tipos de lenguajes te será de utilidad para que identifiques sus funciones en los diversos actos comunicativos, lo que te permitirá contar con herramientas que te facilitarán su análisis, interpretación y lectura crítica.

CONCEPTOS DE SIGNO, SÍMBOLO Y SEÑAL

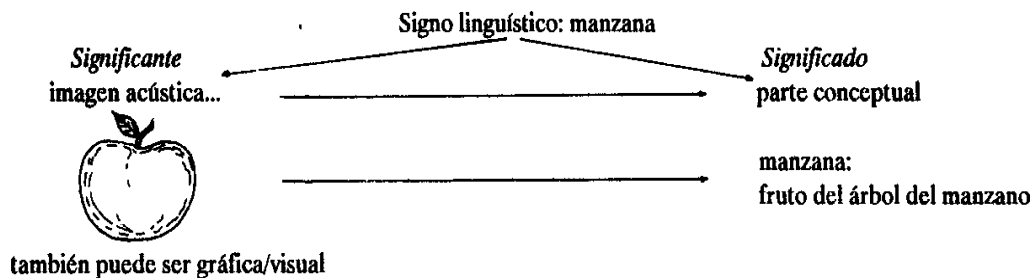
Seguramente sabes lo que es un signo y lo que representa y significa. ¿Cómo defines un signo? ¿Cómo se compone? ¿Qué es un símbolo y una señal? ¿Hasta dónde un signo o símbolo adquieren significación?

Signo, entendiéndolo como cualquier cosa que, con carácter convencional –resultado de un acuerdo histórico-social–, representa, sugiere o significa otra cosa, es la representación gráfica de algo; es la expresión mínima de comunicación.

A toda clase de signos, particularmente los verbales, les corresponde una significación, esto es, diferentes significados, por ejemplo, cuando estamos en la iglesia presenciando una ceremonia, observamos que el sacerdote hace gestos rituales con las manos, a los que los asistentes damos determinados sentidos.

En el lenguaje verbal y escrito los signos adquieren por su importancia un carácter particular; en este caso nos referimos a los signos lingüísticos, término propuesto por el lingüista suizo Ferdinand de Saussure para indicar que toda palabra es la unión arbitraria, reglamentada de dos componentes: significante y significado.

Para Saussure “el signo lingüístico es una entidad psíquica compuesta por dos elementos: el significante y el significado. El significante o imagen acústica es la huella psíquica que en nuestro cerebro produce oír la palabra árbol, que unimos inmediatamente con el concepto, el significado, que todos tenemos de lo que es un árbol. Ambos elementos están íntimamente unidos, como las dos caras de un papel”.⁸



Como veremos más adelante, en las funciones retóricas la relación significante-significado recobra una dinámica distinta y asume una función diferente en el proceso de interpretación que el receptor hace del mensaje, con la cual el significado adquiere valor por sí mismo.

⁸ Salvat Editores: *Lingüística y significación*. Biblioteca Salvat de Grandes Temas, Barcelona, 1973. p. 37.

El signo lingüístico, como unidad mínima de expresión que junto con otras del mismo tipo componen los mensajes, es por definición arbitrario, convencional, tiene forma –orden, estructura lógica– y contenido, sus componentes son significante y significado; a la relación entre estos dos elementos se le llama significación.

“Este concepto del signo lingüístico se amplía, en la misma teoría –del lenguaje–, al concebir la lengua como un conjunto de signos mutuamente relacionados y recíprocamente unidos. Los signos, pues, no están aislados, sino que forman un sistema, un conjunto de relaciones, que son las que definen los signos y las que al lingüista le interesa, sobre todo, investigar”.⁹

La importancia del signo y su significación en el acto comunicativo se determina por la forma y contenido del mensaje, por las intenciones e interpretaciones que del mismo hacen emisor y perceptor y desde luego, por la situación y contenido en el proceso de la comunicación.

La significación está íntimamente ligada al signo ya sus elementos, se contextualiza por el valor e importancia histórico, social, político, económico y cultural que adquieren los hechos, los fenómenos, los objetos y, por tanto, los mensajes que nos dan cuenta de todo lo que sucede y lo que el hombre produce intelectual y materialmente, cuya trascendencia se refleja en la vida del sujeto, del grupo social, de la comunidad, o del conjunto de la sociedad, por ejemplo:

- El hombre primitivo otorgó especial significación a la producción de objetos y utensilios domésticos para la siembra y consumo de semillas en su época; actualmente dichos objetos conservados en museos adquieren valor, entre otras razones, porque son patrimonio histórico y dan testimonio de la inteligencia, capacidad y evolución del hombre.
- El valor y el flujo de las noticias en las agencias de información internacional son de gran significación cuando se estudia la dependencia informativa en México.

Con la muerte de Cantinflas, no sólo ha muerto una escuela cómica sino todo el género de las carpas: Eulalio Ferrer, compadre del cómico y uno de los últimos que lo vio con vida. *La Jornada*, México, miércoles 21 de abril de 1993, p. 11.

El mensaje, su forma y contenido y la significación que expresa Eulalio Ferrer sobre este acontecimiento, tiene singular importancia en la vida cultural de nuestro país.

En el acto comunicativo los mensajes adquieren significación por el orden de sus elementos –del mismo acto y del mensaje–, por la riqueza de sus expresiones y por el contexto en el que se dan; no olvides que en los tipos de lenguajes que hemos estudiado, observamos la función de complementariedad, apoyo o refuerzo que cumplen entre sí, sobre todo cuando su uso es simultáneo: el discurso hablado generalmente se acom-

⁹ *Idem.*

pañía por lenguajes corporales y no verbales, como entonaciones de la voz, pausas, gestos con la cara, movimientos con las manos, etcétera.

Observa las siguientes imágenes y reflexiona en relación con el uso de los diversos lenguajes en la comunicación.



FIGURA 5. Las posturas corporales, los gestos y las expresiones no verbales, en general, acompañan al mensaje escrito.

J. B. Fages y otros autores, señalan en su *Diccionario de comunicación* que la señal es “el acto o hecho que se produce intencionalmente para seguir de inicio inmediato, su relación con la realidad es artificial; convencional”.¹⁰ Partiendo de esta definición estableceremos que la señal o el conjunto de ellas son intencionales y tienen un significado, puesto que representan algo en una situación, un medio ambiente, un contexto: las señales de humo que producían las tribus indias servían para enviar mensajes: “en señal de duelo por la muerte de mi amada”, “desapareció sin dejar señales de vida”.

Un conjunto de señales se dan, por ejemplo, cuando vamos por la carretera y observamos a lo lejos un letrero con la imagen de un tenedor, un cuchillo y una cuchara, que nos indica que a un kilómetro de distancia encontraremos un sitio para comer; o cuando observamos las luces del semáforo que señalan continuar o detenerse.

A toda clase o tipo de señales le corresponde un código específico: a la comunicación visual un código visual, al lenguaje corporal un código corporal, lo mismo al escrito, gestual, auditivo, etcétera.

¹⁰ J. B. Fages, et al.: *Diccionario de comunicación*. Editor 904, Buenos Aires, 1977.

Así, las señales surgen como una forma de comunicación en todos los ámbitos de la vida social, y ellas forman parte, junto con los signos, de todo el complejo sistema de formas y medios de difusión, desde el lenguaje verbal hasta los medios tecnológicos más sofisticados.

Asimismo, la señal complementa, afirma, enfatiza, sugiere, induce, significa y afecta todas las formas de comunicación creadas por el hombre. ¿Te imaginas qué sucedería si nos comunicáramos sólo por señas? ¡Qué complicado verdad! Afortunadamente el lenguaje hablado y escrito se apoyan en otros tipos de lenguajes que forman parte del mundo de la comunicación, cada uno asume funciones específicas y complementarias llenas de símbolos y significados que enriquecen y hacen atractivas todas las manifestaciones y posibilidades del hombre.

Por otra parte, “Un símbolo es algo que se utiliza deliberadamente para representar una cosa; ¿Qué? Lo que el grupo social afirma que representa. No existe necesariamente relación entre el símbolo y el objeto representado (...) como la sociedad está de acuerdo en que un determinado símbolo representa un objeto particular, sus miembros tienden a ver el símbolo y al objeto como inseparables”.¹¹

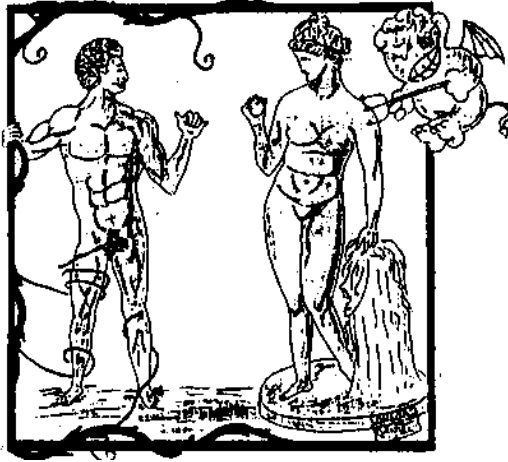
Sencillamente, un símbolo lo debemos comprender como la fuerza del significado que representa una imagen, un concepto o una señal, un objeto o un acontecimiento que puede ser intencional, que puede afectar e influir a un sujeto y adquirir valor por su contexto histórico-social, por ejemplo, la señal de la cruz como símbolo de redención; los colores de la bandera y el contenido del escudo nacional que simbolizan y representan una nación con su tiempo, su historia y su cultura: el laurel es el símbolo de la victoria.

Como conclusión, el signo, la señal y el símbolo son tres conceptos que están ligados y relacionados entre sí, no se contraponen, se complementan y juntos constituyen la fuerza, riqueza y vitalidad de todas las formas y medios de expresión naturales y técnicos que el hombre ha utilizado para comunicarse con sus semejantes en la cercanía, en la distancia, en el tiempo, y en su historia.

¹¹ Blake, H. Reed y Maroldsen Edwin O.: *Taxonomía de conceptos de la comunicación*. Ediciones Nuevo Mar, México, 1983, p. 8.

ACTIVIDADES

Observa la siguiente imagen:



a) Identifica y escribe cuál es la señal o señales, el símbolo y la significación:

b) Identifica el signo y sus partes:

IMPORTANCIA DEL ACTO COMUNICATIVO EN DISTINTOS ÁMBITOS SOCIALES

EL PROCESO DE INTERPRETACIÓN

Entender lo que alguien nos quiere decir no es fácil, requiere de muchos procesos mentales y sociales que actúan como transporte de las ideas que ese alguien nos quiere dar a entender. El lenguaje como serie de convenciones que compartimos un grupo determinado de individuos no es suficiente para lograr el entendimiento entre dos o más personas, hay que conocer algunos mecanismos que hacen posible el entendimiento.

La comunicación requiere de dos procesos complementarios y dinámicos, que son: la codificación y la decodificación de mensajes; en apartados anteriores se ha hablado sobre la evolución de los distintos tipos de lenguajes y la codificación o elaboración de mensajes. Cuando alguien nos habla codifica una serie de mensajes que nosotros decodificamos al escuchar, observar y entender; en ese proceso de decodificación adoptamos dos actitudes distintas, una pasiva y la otra activa.

El proceso de decodificación depende de la actitud que asume el perceptor, si es activo alcanza niveles de interpretación muy altos y productivos que le permiten ampliar su visión del mundo, si es pasivo se encierra en su caparazón como caracol y se aísla del mundo que le rodea; el perceptor se encuentra físicamente en ese lugar, y materialmente está presente pero anímica, psicológica y mentalmente está ausente.

La interpretación de un mensaje depende en gran medida del que escucha, es decir, del perceptor, pero también tiene que ver la forma del que habla (emisor) y lo que dice.



Observa los cuadros 1 y 2, cuando estamos en clase en muchas ocasiones el profesor nos parece la persona más tediosa del mundo, sus clases son pesadas y aburridas; en esos momentos estamos presentes físicamente pero mentalmente estamos en otra parte. En cambio en los cuadros 3 y 4 suceden actitudes distintas, codificaciones y respuestas positivas.

¿Qué tipo de receptores somos? ¿Qué tipo de receptores aspiramos ser? A partir de estas dos preguntas analizaremos la importancia que tiene la interpretación en el proceso comunicativo, en los siguientes apartados estudiaremos algunas nociones que nos permitirán alcanzar mejores niveles de interpretación que rebasen la simple decodificación de mensajes. En conclusión, la interpretación de los mensajes y el nivel con que se haga depende de la actitud que tomen los receptores ante los actos comunicativos.

EL ENTORNO: CONTEXTO PRAGMÁTICO, SOCIAL Y CULTURAL

Las personas somos capaces de comunicarnos de diferentes maneras, ya que para entendernos recurrimos al uso de diversos lenguajes al mismo tiempo, por ejemplo, al hablar no solamente pronunciamos sonidos también hacemos gestos y movimientos corporales que facilitan la comunicación.

El uso de los lenguajes en un acto comunicativo depende del entorno (lo que nos rodea) en el que se desarrolla, pero al mismo tiempo cuando nos comunicamos estamos construyendo y contribuyendo con su formación. Así, el entorno al que nos referimos se llama contexto, que es la información o datos que rodea al acto comunicativo y determina si éste es adecuado o no. Este contexto está relacionado con la práctica comunicativa y, por tanto, es conocido como contexto pragmático o de vida diaria (cotidiana). El contexto pragmático nos dice si se cumple con la intención del enunciador,

por ejemplo, cuando platicamos con una persona con el fin de divertirla y hacerla pasar un rato agradable es necesario que estructuremos un discurso ameno e interesante que motive al escucha a recrearse con lo que oye, para lo cual usamos un lenguaje fácil y sencillo. Si logramos que esa persona se interese en lo que decimos entonces estamos ante una acción satisfactoria porque nuestro objetivo de divertir se cumple, entiende lo que le decimos y le causa gracia.

Al hablar no solamente logramos el entendimiento sino que conseguimos que el oyente haga o no haga algo de acuerdo con el fin que planteamos inicialmente, por lo cual el acto comunicativo es sumamente satisfactorio.

El contexto pragmático marca las condiciones para la comunicación, establece lo que el hablante desea que haga el oyente; cuando una persona se comunica con otra es importante que exista algún tipo de respuesta, por eso se dice que el hablante desea una respuesta del oyente. Las condiciones se formulan a partir de estas suposiciones que el emisor (hablante) hace respecto al perceptor (oyente), construir el contexto implica conocer las creencias, los deseos, las intenciones y posibilidades del perceptor.

Cuando un emisor evalúa las condiciones del perceptor para crear un contexto pragmático siempre tiene en mente un fin, es decir, al comunicar algo busca que el que lo escucha tenga una reacción ante lo que se le comunica, quiere que el perceptor haga o no haga algo.

Mientras se desarrolla el acto comunicativo el perceptor no permanece estático, generalmente está activo. Si entiende lo que el emisor le dice entonces evalúa el contexto, escucha lo que quiere de él el emisor, lo interpreta y valora si hace o no lo que se le propone. Muchas veces cuando escuchamos, vemos o sentimos a alguien cuando nos habla, reflexionamos en torno a muchas cosas, a veces nos convence el tono de voz, las pala-bras mismas, medimos las consecuencias y después actuamos; en otras ocasiones solamente actuamos en forma instintiva.

El uso del lenguaje es muy importante, veamos un ejemplo:



En este caso, cuando deseamos comunicar algo valoramos la forma y el contenido de lo que queremos decir de acuerdo con el lugar y el momento. En la imagen el niño toma en cuenta la forma de pedir lo que quiere, con base en la forma que le dará como resultado conseguir su objetivo.

Las personas al comunicarnos tenemos fines distintos, al platicar con alguien buscamos un fin, a veces divertimos y pasar un rato agradable, en otras queremos convencer a la otra persona para volver a verla o ir a algún lugar. El contexto pragmático en ambos casos exigirá condiciones distintas, para alcanzar nuestro objetivo es necesario poner en práctica todos los recursos que tiene el lenguaje para convencer a nuestro perceptor.

¿Qué harías para convencer a una persona que apenas conoces para volverla a ver? Primero pensamos en las posibilidades que tenemos para convencerla, luego analizamos lo que le podría interesar, a continuación diseñamos una estrategia de cómo le vamos a hablar, lo que le vamos a decir y el momento en que responderemos para plantearle nuestro interés por volver a platicar. Esto es construir un contexto pragmático que incluye la evaluación del entorno y la estrategia de cómo le vamos a decir las cosas para que nuestro perceptor haga lo que nosotros queremos.

A veces este proceso se da en fracciones de segundo y parece inconsciente, en otras nos tardamos días en conceptualizar el contexto, pensamos una y otra vez lo que vamos a decir, cómo lo decimos y hasta simulamos el acto comunicativo, medimos sus posibles respuestas y planeamos cada palabra, aunque al ponerlo en práctica nuestra estrategia no funciona y en consecuencia no alcanzamos un nivel satisfactorio en la comunicación, simplemente no convencimos al perceptor.

¿Qué haríamos si en vez de ocupar la función de emisor, ocupamos el de perceptor? Alguien tratará de convencernos y tendremos que valorar nuestras actitudes porque en determinado momento dejaremos de ser perceptores pues emitimos una respuesta.

Tenemos que pensar no sólo en la estrategia que seguiremos cuando nos toque hablar, sino que tenemos que descifrar la estrategia del emisor para poder contestarle en forma coherente y clara para convencerlo de lo que queremos que haga.

Además del contexto pragmático existen otros tipos de contexto: cultural, social, político, económico, histórico, cognitivo o familiar, que regulan la comunicación.

En este caso es interesante conocer con mayor detenimiento el contexto social que envuelve al acto comunicativo, ya que implica la abstracción de la situación social real en la que hablamos. Sirve como marco de referencia social que engloba los distintos aspectos permitidos en un momento dado, define quienes pueden hablar, en qué momento lo deben decir, y hasta cierto punto lo que es permitido decir.

Este marco de referencia social clasifica a los participantes de un acto comunicativo de acuerdo con su ubicación social, y al mismo tiempo establece diferencias en los tipos de comunicación.

En conclusión, el contexto social define si un acto comunicativo es público o privado, formal o informal, institucional o no institucional, abierto o cerrado; en qué momento se habla o se escucha, qué se dice y cómo se dice. El contexto social depende de las convenciones sociales imperantes en ese momento, es decir, de lo permitido y lo no permitido.

El problema del contexto (considérese todos los tipos que se puedan enlistar) nos exige valorar la situación desde un punto de vista más complejo y abundante pero difícil de estudiar, este punto de vista no es otra cosa más que el contexto cultural en el que se enmarcan los actos comunicativos.

Hasta aquí podemos imaginarnos a qué se refiere este contexto cultural, pero debe quedar claro que el problema de la comunicación no se puede ver sin considerar el análisis del contexto en que se desarrolla.

El contexto en general es el mecanismo que nos permite entender el contenido de un mensaje y se aplica cualquier tipo de discurso; en este apartado se explicó el contexto en relación con el acto del habla, pero el concepto es válido en cualquier texto, por ejemplo, en textos impresos. El análisis del discurso a través del contexto lo podemos aplicar a las notas periodísticas, a los desplegados políticos, a los carteles, a las historietas, al video, a la televisión, a la radio, es decir, a cualquier forma de discurso.

Ejemplo:

AUMENTITOS El figón



(La Jornada, México, 11 de marzo de 1993)

A partir de esta figura política publicada en un periódico, podemos aplicar los conocimientos expuestos hasta aquí. El contexto en que se ubica el cartón es la situación

económica y política que vive México, y para solucionarla se pretende alcanzar una inflación de un dígito, lo cual afecta directamente los aumentos salariales que se deben sujetar a un tope máximo, en este caso un dígito. Si observamos la imagen entenderemos lo que significa un dígito “un aumento insignificante o insuficiente” expresado con la mano. Si leemos la imagen desde un contexto moral o familiar, la señal del empresario tiene un significado agresivo y altisonante, si lo vemos desde el punto de vista laboral la señal se apega totalmente a los resultados reales que han obtenido los trabajadores en sus peticiones de aumento salarial. El título del cartón y el texto encerrado en el óvalo, solamente nos sirven de referencia para saber a quién se le dice y respecto a qué tema. Finalmente, el empresario está en posición de decir eso y mucho más porque se ubica en un lugar donde su poder le permite tener mucha influencia en la relación laboral.

El manejo de un contexto amplio, como emisor, nos permite elaborar mensajes completos y coherentes porque conocemos las posibilidades reales de nuestro(s) receptor (es), sabemos lo permitido y lo no permitido, conocemos el lugar que ocupamos y el momento en que estamos, etcétera.

Cuando sucede lo contrario, y somos nosotros los que escuchamos, utilizamos el contexto para descifrar el contenido del mensaje y la estrategia del emisor, lo cual nos permitirá reaccionar en forma consciente y segura ante los mensajes que recibimos.

Cuando no se analiza el contexto en un acto comunicativo se ocupa una posición pasiva, sucede lo contrario cuando lo ampliamos, ya que nuestra actividad como receptores será dinámica, activa y en determinado momento creativa porque entenderemos el significado de los mensajes que se transmiten, involucrándonos en el proceso comunicativo, pues de otra manera estaremos alejados.

LOS NIVELES DE SIGNIFICACIÓN: DENOTACIÓN-CONNOTACIÓN

Una vez que entendimos la importancia del contexto en el proceso de interpretación de un mensaje en el acto comunicativo, podemos reconocer que existen distintos niveles de significación, es decir, entenderemos una misma cosa de varias maneras.

Una primera forma general de entender se denomina denotación, algunos autores plantean que es la significación más inmediata, apegada a lo que el creador del mensaje que estamos leyendo nos quiere decir, en pocas palabras es textual, tal y como lo dijo el emisor.

La denotación es la lectura más elemental de un texto, sea oral, mímico, simbólico, visual o escrito; además, nos permite conocer el mensaje e interpretar los signos que lo codifican; en este proceso de interpretación denotativa funciona nuestra capacidad comunicativa en un nivel muy elemental.

En el cartón anterior se observa una mano en una posición específica que en nuestra cultura corresponde a un insulto, en pocas palabras su denotación. Sin embargo, podemos interpretar de muchas maneras ese mismo cartón, ya que si leemos el mensaje a partir de nuestras experiencias, sentimientos, conocimientos y principios, estaremos

usan-do nuestro contexto cultural para entender y aplicar a la vida cotidiana el mensaje que encierra; éste sería un segundo nivel de interpretación conocido como connotación, donde existe algo no dicho en palabras pero presente en el mensaje.

La connotación es un proceso individual en el que influye de manera importante la experiencia que tenemos, si sabemos poco de un tema nuestra connotación será limitada, por el contrario si conocemos más será amplia.

Ante un mismo hecho las personas entendemos cosas distintas, pero algunas nos interesan más que otras; por ejemplo, cuando leemos en algún periódico una nota informativa o de opinión, a veces por el tema nos interesa o por la forma en que el autor explica la nota, pero siempre somos nosotros los que decidimos el nivel de lectura de cualquier texto y en ese momento de decisión interviene el contexto.

Veamos un ejemplo de lo que es la denotación y la connotación respecto al SIDA, partamos de dos textos publicados recientemente en un diario de la ciudad de México; en el primero aparece lo siguiente: "...Debo explicar que a las personas infectadas por el VIH (virus de inmunodeficiencia humana) se les denomina portadores, término que denota que aún cuando su cuerpo está infectado, "temporalmente" se encuentran "libres" de enfermedad; al cabo de los años todo portador enferma de SIDA,¹² sin embargo, la palabra portador, una vez que conocimos su significado textual o denotación, puede significar muchas cosas, entre ellas: muerte, riesgo, lástima, dolor, rechazo, afecto, impotencia y nos remite automáticamente a pensar en la enfermedad: el SIDA.

Este ejemplo puede complementarse, sobre todo después de entender que el SIDA es una enfermedad contagiosa donde el enfermo tiene menos defensas cada día y muere ante la enfermedad, pero ¿qué ha interpretado al respecto la sociedad a través del tiempo? ¿qué connotaciones tiene el SIDA?, en realidad son cientos, miles o tal vez millones las connotaciones que hay en torno al SIDA, veamos sólo algunas:

- "...El SIDA es una plaga homosexual que llegó a Nueva York y San Francisco, procedente de África.
- El SIDA es una invención del gobierno estadounidense para legitimar su invasión de las vidas y prácticas sexuales del pueblo".
- El SIDA es un invento de los medios de comunicación masiva, que han sensacionalizado para su propio beneficio y placer un problema de salud minoritario y étnico.
- El SIDA es una investigación de los investigadores biomédicos y los centros de control de enfermedades, para coleccionar fondos para sus actividades.
- El SIDA es un complot imperialista para destruir el Tercer Mundo.
- El SIDA es un complot fascista para destruir a los homosexuales.
- El SIDA es un complot de la CIA para acabar con la subversión.
- O sea, el SIDA es cualquier cosa antes que SIDA..."¹³

¹² Poniatowska, Elena: "La década del SIDA". En La Jornada, México, 2 de marzo de 1993.

¹³ Barthes, Roland: *Investigaciones retóricas I*. Tiempo Contemporáneo, Buenos Aires, 1974.

Éstas y muchas definiciones más sobre el SIDA son producto de lo que la gente piensa, siente, sabe o le interesa que sea el SIDA. ¿Tú qué piensas que sea el SIDA? ¿Cuál es tu connotación personal?

Al momento de interpretar cualquier texto están presentes los dos niveles, tanto la denotación como la connotación, desarrollándose en forma casi simultánea, nuestra tarea es establecer sus diferencias para realizar una buena denotación que nos permita relacionar esa información con nuestro contexto socio-cultural.

Una mejor connotación permite ampliar nuestra visión sobre el mundo en que vivimos. El proceso denotativo-connotativo como parte de la interpretación se desarrolla ante cualquier tipo de mensajes, no importa el lenguaje en el que estén codificados, y cuando lo aprendemos a controlar podemos descubrir la intención del que comunica.

A lo largo de este fascículo y del resto de éstos analizaremos algunos elementos teóricos y prácticos que te permitirán lograr una mejor interpretación de los mensajes que recibes continuamente. A la interpretación de mensajes con base en esos elementos le llamaremos análisis de textos.

ACTIVIDADES

1. Observa las imágenes presentadas en este fascículo y algunas otras de revistas, periódicos o historietas, y contesta las siguientes preguntas: ¿Qué dice? ¿Por qué lo dice? ¿Quién lo dice? ¿Cómo lo dice?

2. Platica con tus compañeros, pero antes diseña una estrategia para convencerlos, y trata de descifrar la de ellos.

3. Observa la situación cuando un profesor está dando clase y describe el contexto (es decir qué sucede):

4. Escribe lo que connota para ti el SIDA:

5. Explica la relación que existe entre la denotación y la connotación como niveles de interpretación de mensajes.

FUNCIONES DEL LENGUAJE EN EL ACTO COMUNICATIVO

El uso del lenguaje siempre tiene ciertos fines, ha quedado claro en este fascículo que la interpretación consiste no sólo en decodificar los signos que están articulados en un mensaje sino también en entender los objetivos explícitos e implícitos del emisor.

Cuando decimos que con la interpretación se extiende lo que el emisor nos dice explícita e implícitamente, nos referimos a que tenemos un reto frente a nosotros; ese reto consiste en encontrar el objetivo del autor a través de lo escrito en el texto y de lo no escrito, lo escrito es lo explícito y lo no escrito es lo implícito.

Como emisores o autores de mensajes y/o textos, disponemos de una serie de recursos para decir cosas en forma explícita e implícita, todo depende de lo que queremos del perceptor. Los recursos de que se dispone para convencer a alguien de que haga algo cumplen funciones específicas que se localizan en las distintas partes del acto del habla. Así, Roman Jakobson distingue seis funciones del lenguaje, ubicándolas de la siguiente manera:

1. Función referencial ubicada en el referente.
2. Función expresiva ubicada en el emisor.
3. Función incitativa ubicada en el perceptor.
4. Función poética o retórica ubicada en el mensaje.
5. Función fática como medio de contacto.
6. Función metalingüística ubicada en el código.

¿En qué consiste cada una de estas funciones? Una rápida revisión de cada una nos permitirá tener una pequeña idea al respecto; algunas funciones se tratarán con mayor detalle, esto no quiere decir que sean más importantes que las otras, sino que en este fascículo nos interesan más.

FUNCIÓN REFERENCIAL

Se ubica en el referente por lo que es llamada referencial, e indica las características de lo que se habla, informa, explica, o enseña en relación con el referente; también podría llamarse función denotativa o cognoscitiva. En esta función nos preguntamos si el referente del que se habla corresponde con el que nosotros conocemos, además de obtener información respecto al nivel de verdad que maneja un mensaje.

FUNCIÓN EXPRESIVA

Consiste en manifestar el estado de ánimo del emisor, cuando nos comunicamos expresamos lo que sentimos respecto al referente, es decir, externamos nuestra actitud hacia un objeto o una persona y demostramos aprecio, desagrado, aceptación, o rechazo ante ese objeto. En esta función intervienen todas las expresiones que el emisor tenga ante los hechos, nos deja ver algo de la personalidad del emisor y podemos enjuiciarlo como sincero o falso.

FUNCIÓN INCITATIVA

Ésta se localiza en el perceptor, sobre todo en sus posibilidades de hacer o no lo que le propone un mensaje. Lo incitativo implica las posibilidades reales de poder responder al mensaje, de hacer lo que se quiere; depende del perceptor el decidir si hace o no lo que se le propone, ya que pone en juego su sistema de valores entre lo permitido y lo prohibido.

FUNCIÓN POÉTICA O RETÓRICA

Esta función no se limita a la poesía, va más allá ya que trata de las formas de cómo encubrir un mensaje embelleciéndolo para que sea agradable en forma aparente, también se le llama función retórica. En este caso funciona sobre el mensaje y consiste en que la manera de decir las cosas se impone sobre el contenido mismo. El embellecimiento o encubrimiento del mensaje se hace por medio de diferentes figuras retóricas o figuras del lenguaje que aplica gran fuerza al mensaje, resultando con una carga connotativa muy alta dejando a un lado la denotación de los signos de ese mensaje. Esta función se relaciona básicamente con lo estético y cabe preguntar sobre lo bello y lo feo.

FUNCIÓN FÁTICA

En toda comunicación hay necesidad de iniciar y terminar el acto del habla, la función fática se encarga de ello, son convenciones de cortesía, de educación para iniciar y terminar una comunicación, por ejemplo: ¡Hola, cómo estas! ¡No me molestes!

FUNCIÓN METALINGÜÍSTICA

Cuando parece que no entendemos algo y nos remitimos al mismo lenguaje para explicarlo estamos ante la función metalingüística. Cuando le preguntamos a quien nos habla: ¿Qué significa lo que esta diciendo?, ¿qué dice en el pizarrón?, el código será explicado con el mismo código, por ejemplo, una señal, o un símbolo matemático se explican con palabras, un código se explica con otro código. Aquí nos preguntamos si algo está correctamente dicho o no.

REFERENCIALIDAD DE LOS MENSAJES

Para entender lo que significa referencialidad es necesario saber lo que es el referente. En términos generales decimos que el referentes en realidad a la que alude, a la que nos remite o dice la que habla el mensaje o texto.

Los mensajes hasta cierto punto son versiones del referente, ante un hecho la gente que vivió o que supo del suceso, lo describen o comentan y dan su propia versión. Cuando nos comunicamos el referente se convierte en el marco de referencia del emisor, son los elementos que le permiten hablar de algo.

El referente no se limita a la realidad concreta y objetiva, existen referentes que nunca hemos ni podremos tocar, ver, sentir, oler, es-cuchar o probar, esos referentes son imaginarios, son suposiciones de lo que se cree que existe, por ejemplo, cuando en poesía hablamos del cielo y las estrellas.

Así, los emisores pueden crear sus propios referentes, ya que seleccionan de la realidad lo que quieren o pueden decir con base en las condiciones sociales, económicas y políticas del lugar donde se desarrolla el proceso de comunicación. Cuando analizamos un mensaje es importante saber lo que dice y lo que no dice, debemos identificar las partes de la realidad seleccionadas por el emisor para decirlas en el mensaje y las que no dice, para localizar su objetivo.

Cuando identificamos en qué, o cuando se acerca o se aleja de la realidad un mensaje, estamos en condiciones de clasificarlo de la siguiente manera:

- a) De alta referencialidad: si nos informa ampliamente de un hecho o suceso.
- b) De baja referencialidad: cuando por el contrario nos desinforma ocultando o eliminando acontecimientos, situaciones o personas.

Desde la óptica de Daniel Prieto Castillo, los mensajes de baja referencialidad son persuasivos porque presentan una visión muy reducida de la realidad, tratan de impactar los sentidos del pereceptor y reducen su actividad intelectual a niveles de decodificación muy cercanos a la pasividad, el mensaje tiene todo sobredicho con el fin de asegurar una decodificación automática y única. Con estas características los mensajes de baja referencialidad son mensajes persuasivos (sólo tocan nuestros sentidos) y, por tanto, son dominantes.

La relación entre alta y baja referencialidad tiene mucho que ver con el objetivo del mensaje. Si el emisor pretende educar e informar, cuidará que el mensaje sea altamente referencial; por el contrario, cuando se quiere persuadir e impactar los sentidos, entonces tendrá baja referencialidad, por ejemplo, los comerciales publicitarios son de baja referencialidad porque nos hablan de muchas cualidades de determinado producto, pero no nos informan de las causas o consecuencias que originan la necesidad de usar el producto que anuncian. Por el contrario, los textos didácticos son altamente referenciales porque tratan de explicar las causas y las consecuencias de un hecho.

En conclusión, la referencialidad es un punto de partida en el análisis de mensajes, permite distinguir la parte de la realidad incluida o dicha en el mensaje y la que se oculta o que no se dice. En este momento del análisis, nuestro contexto juega un papel importante porque entre más amplio sea más profundo puede ser el conocimiento del mensaje y de las intenciones del emisor.

FUNCIÓN RETÓRICA O POÉTICA DEL LENGUAJE

La retórica es la puesta en práctica de la función poética, esto se logra por medio de algunos procedimientos que se llaman figuras retóricas, poéticas o literarias, posibles de ser identificadas y clasificadas.

La función poética consiste en darle más valor a los significantes que a los significados, llegan al extremo de que los significantes adquieren valor por sí mismo y en muchas ocasiones el significado textual o literal no coincide totalmente con el significante. En la función retórica la manera de decir algo se impone sobre el contenido, hace que el mensaje tenga más connotación.

Cuando el objetivo del mensaje es el mensaje mismo, estamos ante la función retórica, en este caso la realidad concreta a la que nos remite el mensaje es distinta a la interpretación textual; se observa el mecanismo de darle mayor importancia a la forma que al contenido.

La función retórica no pertenece únicamente a la poesía o a la oratoria, se encuentra presente en todos los lenguajes, discursos y textos. Asimismo, exige un mayor esfuerzo de los perceptores para conocer el significado de un mensaje que se oculta detrás de la apariencia del mensaje; cuando éste es altamente connotativo estamos ante un mensaje retórico. Para analizar el contenido oculto detrás de lo aparente, debemos utilizar nuestro contexto en el sentido amplio, es decir, debemos usar el contexto pragmático, cultural, social, político, y en general todos los contextos necesarios para leer lo oculto del mensaje retórico y hacer evidentes los mecanismos que lo hacen retórico.

Cuando estamos ante mensajes retóricos no basta entender directamente los signos, sino su significación en relación con el contexto, lógicamente este proceso requiere de perceptores activos que reflexionen en torno al mensaje mismo.

ACTIVIDADES

Observa la figura que aparece a continuación y contesta las preguntas:

INSEGURIDAD EN CARRETERAS Rocha



a) ¿Quién asaltó al que viene corriendo?

b) ¿Qué le robaron?

c) ¿Por qué corre encuerado?

d) ¿Porqué dice que el que lo asaltó sigue en la caseta?

e) ¿Qué tiene que ver el letrero de cuota con el asalto?

f) ¿Qué quiere decir el título?

En general, la figura encierra un lenguaje figurado donde no existe una relación directa y única de los iconos y globos (el letrero del cartón) con la realidad. Cada uno de los elementos tiene un papel importante, pues nos permiten entender que el sujeto que corre fue “robado” en la caseta por las altas colas que cobran las autopistas en México. El letrero de cuota nos da la pista para entender el robo y establecer la relación entre la cuota y el hombre “encuerado”, que en forma textual no tienen ninguna relación.

Cuando observamos al hombre semidesnudo, y no encontramos alguna relación textual con el hecho, entonces decimos que en la figura hay un lenguaje retórico.

FIGURAS RETÓRICAS

Las figuras retóricas son el medio por el cual los emisores se expresan embelleciendo, o adornando una situación para influir en sus perceptores. Las figuras retóricas juegan con el sentido, las palabras y el pensamiento. En este caso sólo estudiaremos cuatro figuras retóricas que pertenecen al tipo de los juegos de sentido, las cuales funcionan a partir de cambiar una palabra (puede ser imagen) por otra que guarda cierta relación de sentido con ella.

METÁFORA

Es la figura por la cual un signo se presenta con otro signo que guarda alguna relación asociativa con el primero; en el caso de la figura anterior al ver corriendo a un sujeto “encuerado” lo asociamos con un robo.

SINÉCDOQUE

Proporciona el significado completo de algo a través de sus partes y, a la inversa, presenta el todo por sus partes; la parte o el todo elegido serán lo más cargado de sentido connotativo. En alguna ocasión alguien dijo: “que hablen los maestros”, por el todo se decía que en lo individual podíamos expresar nuestra inconformidad ante esa persona, lo cual no fue posible en la realidad, simplemente fue una frase retórica.

METONIMIA

Esta figura presenta a través del efecto la causa o a través de la causa el efecto, por ejemplo, la marca de las orugas de un tanque (el efecto), nos permite pensar que por ahí pasaron vehículos militares.

HIPÉRBOLE

Significa la exageración de algo, puede ser destacando algo mínimo (minimizando) o algo máximo (exagerando), en este caso el resto de los elementos conservan sus proporciones normales y el elemento en cuestión destaca por lo exagerado. Este tipo de figuras se identifican por el contraste entre el elemento destacado y el resto del elemento.

En el caso del lenguaje verbal es muy común decir “llevo esperándote un siglo” o “espérame un segundo”, ambos son casos de hipérbole.

ACTIVIDADES

**En el Día Internacional de la Danza.
Homenaje en Bellas Artes a *Tongolele***



(La Jornada, México, 29 de abril de 1993)

1. Observa las ilustraciones anteriores y descríbelas:

RECAPITULACIÓN

A través de este fascículo estudiamos los orígenes y desarrollo del lenguaje en sus primeras manifestaciones, en dónde se estableció la importancia del trabajo y sus instrumentos, así como el desarrollo de las habilidades adquiridas por el hombre para consolidar un medio de comunicación propio: el lenguaje.

La asociación de los elementos inseparables lenguaje-comunicación, nos permitieron señalar la importancia de la decodificación en la elaboración de mensajes, comprendiéndola como la agrupación sistemática de signos convencionales conforme a normas previamente establecidas que influyen en la formulación que sobre el contenido del mensaje se haga. También estudiamos los tipos de lenguajes: escrito, icónico, auditivo, corporal y no verbal, a los que recurrimos para enriquecer y apoyar el lenguaje hablado, haciendo a la vez más enfáticos y completos nuestros mensajes y estilo de comunicación.

Como parte de los diversos tipos de lenguajes explicamos los conceptos de signo: significante o imagen acústica, gráfica o visual, y significado o parte conceptual; la significación que nos permite interpretar las intenciones, la situación y el contenido del mensaje en el acto comunicativo. Asimismo, el símbolo y la señal, conceptos que se relacionan entre sí y cuyas funciones nos permiten establecer en un contexto histórico-sociocultural, los hechos y fenómenos comunicativos que dejan huella en la historia del hombre y que influyen en sus hechos y obras.

Cuando se estudió el tema de la importancia del acto comunicativo en distintos ámbitos sociales, se destacó la importancia del entorno comunicativo, es decir, del contexto que rodea las prácticas comunicativas; a su vez, se puntualizó que éste permite dos grandes niveles de interpretación, uno denotativo o textual y el otro connotativo, más amplio y complejo.

Los ejemplos y actividades que se presentaron buscan orientarte para que establezcas niveles elementales de análisis de mensajes, como fundamento para otros niveles que alcanzarás en los fascículos V y VI. En este proceso de acercamiento al análisis de mensajes es importante tener noción de las seis funciones del lenguaje: referencial, repre-

siva, incitativa, poética, fática y metalingüística, para que puedas reconocer algunas figuras retóricas.

Las figuras retóricas son el mecanismo por medio del cual el emisor estructura un mensaje a través de un lenguaje figurado para convencer al perceptor; de lo apegado o alejado de la realidad que se encuentre el contenido del mensaje identificaremos el nivel de referencialidad, al respecto existen dos posibilidades: a) baja referencialidad, y b) alta referencialidad.

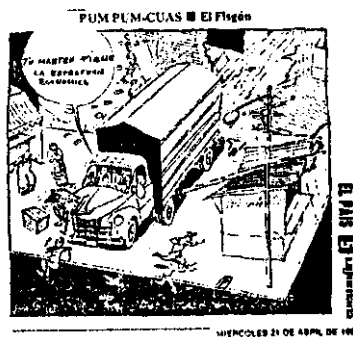
Los mensajes retóricos por el uso de un lenguaje figurado o retórico son de baja referencialidad; ejemplo de ello son los anuncios publicitarios y en muchas ocasiones los cartones políticos que aparecen en los periódicos.

El conjunto de conceptos, conocimientos, ejemplos y actividades de este fascículo te ayudarán a normar tu criterio para que asumas una posición crítica ante los mensajes comunicativos de tu vida cotidiana.

ACTIVIDADES DE CONSOLIDACIÓN

Las siguientes actividades te ayudarán a reafirmar tus conocimientos, realízalas y si tienes dudas consulta nuevamente el contenido del fascículo.

1. Elabora una síntesis reflexiva sobre el origen y desarrollo del lenguaje, e incluye tus puntos de vista.
2. Estás en la escuela y de pronto recuerdas que debiste programar tu videocasetera para grabar un programa televisivo que llevarás al Taller de Análisis de la Comunicación para estudiarlo en grupo. En tu casa sólo está tu abuelita quien desconoce el manejo de esta tecnología; le hablas por teléfono y le explicas, codificas tu mensaje, lo que debe hacer para obtener la grabación.
 - a) Codifica y escribe tus instrucciones para que esta grabación se realice.
3. Diseña un cuadro sinóptico descriptivo de los tipos de lenguaje que estudiaste.
4. Proporciona un ejemplo de cada uno de los tipos de lenguajes que estudiaste.
5. Proporciona un ejemplo en el que se note claramente el uso simultáneo de varios lenguajes en un acto comunicativo.
6. Observa detenidamente la siguiente imagen.



(La Jornada, México, 21 de abril de 1993, p. 5)

- a) Identifica el signo y sus partes, la señal y el símbolo.
- b) Explica el contexto que rodea a la viñeta a partir de la política económica del sexenio de Carlos Salinas de Gortari.
- c) Después de identificar el signo y sus partes, la señal y el símbolo de la figura, explica el contenido que tiene a partir de la importancia de su contexto.
- d) ¿Qué relación guarda el "camión" con la estrategia económica de Carlos Salinas de Gortari.
- e) Explica por qué el camión metafóricamente arrolló a la gente que aparece en la imagen.
- f) Se podría considerar la imagen del camión como una hipérbole. ¿Por qué?
- g) Establece si la viñeta es de alta o baja referencialidad y explica por qué lo consideras así.
- h) A partir de tu respuesta anterior, argumenta si el cartón es retórico o no.

LINEAMIENTOS DE AUTOEVALUACIÓN

En esta parte te proporcionamos las respuestas a las Actividades de consolidación, compáralas con las tuyas y si tienes dudas consulta con tu profesor o asesor.

1. Los puntos que debiste considerar para la elaboración de la síntesis sobre el origen y desarrollo del lenguaje son:
 - a) El lenguaje articulado y los tipos de lenguajes que existen, son producto de la evolución del hombre y de su capacidad creadora.
 - b) Los primeros brotes del lenguaje surgen cuando el hombre se ve impulsado a satisfacer sus necesidades básicas, individuales y grupales.
 - c) La interpretación bíblica y del pensamiento materialista sobre el origen del lenguaje. En esta segunda es conveniente destacar la importancia de la alimentación y los procesos de trabajo.
 - d) La capacidad de creación de instrumentos de trabajo, de abstracción y significación de sus actos para relacionarse con otros, y la capacidad de expresar su pensamiento a partir de la utilización de signos articulados.

Asegúrate de incluir tus impresiones sobre el desarrollo del lenguaje.

2. Entre las principales indicaciones que debiste considerar están:
 - a) Prender el televisor y la videocassettera, y programarlas en los canales adecuados.
 - b) Buscar el videocasete más apropiado por su duración, sacarlo de su caja e introducirlo correctamente en la videocassettera.
 - c) Localizar los botones adecuados para el manejo del control remoto: **record**, **stop**, **eject**, **power**, etcétera.
3. Para el diseño de tu cuadro sinóptico debiste considerar la cantidad y extensión de la información, jerarquizarla y ordenarla estructuralmente, destacando:
 - a) Lenguaje escrito:
 - Representar gráficamente y en forma lógica y coherente el lenguaje hablado.
 - Su uso ha generado el establecimiento de normas, procedimientos y reglas gramaticales y de sintaxis que lo hacen un excelente medio de comunicación escrita.
 - Gracias al uso de la imprenta y la tecnología de la comunicación de masas, es posible difundir la historia escrita de la humanidad.

b) Lenguaje icónico:

- Se ejerce por medio de imágenes visuales que significan algo para alguien.
- Las imágenes visuales y, por tanto, el lenguaje visual puede ser casual, espontáneo, natural, o bien, puede ser intencional con un mensaje y un significado.
- Junto con el lenguaje verbal ha construido nuevas formas de expresión, difundidas principalmente por la televisión, el cine y el video.

c) Lenguaje auditivo:

- Se percibe por medio del oído, ya que se asocia con la sensibilidad y estados de ánimo de los seres humanos.
- Sus formas de expresión se identifican especialmente como parte del lenguaje radiofónico al crear sonidos y efectos sonoros.
- Junto con el icónico origina el lenguaje audiovisual.
- Permite identificar imágenes casuales o intencionales

d) Lenguaje corporal y no verbal.

- Se asocia con el lenguaje hablado y cumple una función específica de refuerzo o énfasis de expresiones corporales y gestuales.
- El comportamiento y los gestos con la cara revelan las formas más significativas del sentimiento, actitudes y emociones.
- Se constituye por la kinésica que estudia la comunicación a través de posturas corporales, y la proxémica que estudia el espacio personal y social en el que se desenvuelve el individuo en sus relaciones interpersonales.

4. Existen múltiples ejemplos de los tipos de comunicación que aquí has estudiado; te sugerimos que para identificarlos estudies sus rasgos y características aquí expuestos.

5. Los ejemplos los puedes elaborar al observar:

- Cuando una persona trata de agredir física y/o verbalmente a otra.
- Cuando en una conversación entre un grupo de amigos, alguien mantiene la atención de los demás y de pronto todos ríen.
- Cuando observas la televisión y alguien le demuestra a una persona el afecto o amor que siente por ella.
- Asegúrate de que el ejemplo esté claramente explicado y reúna el uso simultáneo de lenguajes.

6.

a) Signo: PUM PUM-CUAS

Significante: El conjunto de imágenes gráficas/visuales del cartón de El Fisgón.

Significado: Parte conceptual dada en el texto encerrado en el globo: "tú mantén firme la estrategia económica". Nos indica atropello, violencia, desastre...

Señal: El tamaño del vehículo, su peso, la velocidad con la que es conducido, la zona y sus características en la que se ha cometido el desastre.

Símbolo: El vehículo pesado y enorme representado por un trailer que intencionalmente atropelló viviendas, comercios, y personas que pertenecen a un nivel socio-económico bajo y cuyos estragos son evidentes

- b) El contexto político y económico que rodea a la viñeta está relacionado con el proyecto del presidente Salinas de Gortari; en general, la política neoliberal es antiobrera porque maneja la reducción de la inflación en los topes salariales, también acaba con los pequeños productores y comerciantes en su afán de modernización permitiendo la concentración del capital sin importar que ese proceso se deba al sacrificio de las clases populares. En este sentido, también afecta a la producción agrícola porque centra su atención en el desarrollo industrial.
- c) El signo, sus partes, la señal y el símbolo de esta figura adquieren mayor valor cuando ubicamos sus significados en un contexto político y económico determinado, por ejemplo, el atropello, la violencia, y el desastre ocasionado por el "mantener firme la estrategia", lo entendemos como producto colateral de esa estrategia. La viñeta significa el daño ocasionado a las clases populares de nuestro país con la política económica actual.
- d) El camión significa el poder y la fuerza de la estrategia económica del régimen actual, que puede pasar sobre cualquier cosa o persona, sin que en algún momento se pare a observar los daños causados porque su paso "es firme".
- e) En este caso se considera que existe un atropello realizado por la estrategia económica hacia las clases populares; y es metafórico porque en la realidad el hecho de que un camión atropelle personas o cosas no quiere decir que sea la estrategia económica de un país; el camión simboliza algo muy distinto a su significado textual, por eso es metafórico, porque está alejado de su interpretación primera o común.
- f) Se considera una imagen hiperbólica porque un camión aunque circule a alta velocidad es incapaz de hacer tanto destrozo como el que se observa en la imagen, además de seguir con paso firme, seguro y orientado.
- g) La figura es de baja referencialidad porque no nos explica ampliamente y en apego con la realidad lo que sucede con la política económica actual, sino que usa un lenguaje figurado para resaltar la visión de una persona, el cartonista, ante esa política. El hecho de que sea de baja referencialidad exige que el lector aplique un criterio amplio para poder entender de la mejor manera el mensaje de la viñeta.
- h) Reconsiderando la respuesta anterior, el lenguaje utilizado en la viñeta nos permite concluir que es un mensaje retórico, el cual destaca algunos efectos de la política económica, entre ellos el impacto sobre las clases populares, y la actitud impositiva de esa política de "paso firme".

El hecho de que el mensaje sea retórico no quiere decir que automáticamente nos enajene, por el contrario, podemos cuestionar muchos elementos en cuanto a su contenido e

imagen, pero requerimos de un contexto más amplio; el mensaje adquiere un sentido de belleza en la forma de decir las cosas que ocasiona la política económica, y puede llegar al punto de hacernos reír.

I. LA PALABRA FINGIDA

Sabemos que la palabra retórica viene de *rétor* que significa orador, y sabemos también que una traducción generalizada de aquella es “el arte de la oratoria”, el arte de expresarse correctamente en público.

Esas definiciones de diccionario nos sirven apenas para comenzar nuestro análisis. Porque en definitiva de lo que se trata es de preguntarse para qué alguien necesita expresarse bien en público, más aún, quién es ese alguien. Entramos de lleno al terreno de la comunicación: alguien, el orador, necesita expresarse correctamente, esto es, emitir un mensaje frente a un público que actúa como perceptor. Un acto de comunicación, sin duda, pero bastante peculiar. Porque no es lo mismo éste que el que protagonizamos, por ejemplo, cuando saludamos a alguien por la calle. El orador necesita expresarse bien porque quiere algo del público. El orador busca ganarse al público en relación a un determinado tema. Busca persuadirlo con relación a algo. Así, podemos ampliar un poco nuestra primera definición: la retórica es el arte de expresarse bien para persuadir a un público. El orador es también un persuasor. El orador está interesado en que su público se adhiera a tal o cual idea, religión, producto... Es decir, este acto de comunicación que nos ocupa no tiene nada de gratuito. Si incluye algo de poesía, si incluye metáforas, si de improviso una frase aparece cargada de belleza, no es ni por la poesía, ni por la metáfora ni por la belleza, es *para persuadir*. Reiterémoslo: la práctica de la retórica es el acto de comunicación menos gratuito, más interesado que conocemos.

Podría surgir de inmediato una pregunta: ¿Cada vez que intentamos persuadir estamos haciendo retórica? Definitivamente no. Podemos utilizar espontáneamente ciertos recursos que incluso tengan alguna cercanía con los empleados por la retórica, pero ella permite la elaboración de mensajes que de espontáneos tienen muy poco. Llegamos a otro punto importante: la retórica, en tanto acto de comunicación, *consiste en una elaboración programada, y por lo tanto no espontánea, de un mensaje a fin de que resulte efectivo para persuadir*. Esto es: poesía, metáfora o belleza están calculadas para lograr un impacto en el público. Y algo semejante no se logra por una suerte de inspiración, no es cuestión de una “facilidad de palabra”. A persuadir en público se aprende porque hay para ello una serie de técnicas que tienen no pocos siglos.

La práctica de la retórica surgió hace más de dos mil cuatrocientos años. En Grecia las decisiones importantes eran tomadas en asambleas. El mejor orador podía inclinar esas decisiones en la dirección que le interesara, y ellas tenían que ver con la guerra, con el comercio, con la economía, con la legislación... Mediante este particular acto de comunicación se jugaban cosas muy concretas. Ni entonces ni ahora las guerras se hacían por ideas. En la persuasión se definía muchas veces el poder de una familia sobre las otras,

el dominio de la ciudad. ¿Quiénes podían ejercer la retórica? No precisamente los esclavos. Sobre ellos se practicaba la violencia cuando intentaban salirse del lugar que les habían asignado sus dominadores, la retórica era algo que podía ejercer sólo el ciudadano griego, es decir, esa minoría, esta aristocracia que protagonizó el milagro que tanto conocemos. En síntesis: la retórica era algo ejercido por la clase dominante pero *dentro de sí misma*, era una justa entre iguales. Con los otros, con los dominados, repetimos, era utilizada la fuerza.

Sin embargo esa justa entre iguales tenía algunos peligros. Platón criticó con violencia a unos personajes que se dedicaban a enseñar el arte de la oratoria a los jóvenes, cobrando muy bien por ello. Nos referimos a los sofistas, muchos de los cuales afirmaban que podían demostrar que algo era de una manera y a continuación convencer exactamente de lo contrario. Platón veía con claridad el peligro de la capacidad de persuadir en manos de cualquiera. Su larga polémica con los sofistas apuntaba a luchar contra esa generalización del arte de persuadir, especialmente entre jóvenes ambiciosos. El filósofo alertaba sobre esa arma poderosa que los sofistas ponían al alcance de todos. Ella permitía llevar al oyente por un camino que no era el de la verdad, que se apartaba del sendero de la razón que para Platón estaba directamente unido a la realidad. (Véase especialmente el diálogo *El Sofista*).

Desde su punto de vista tenía razón, ya que para Aristóteles, quien escribe el primer tratado sobre el tema que nos ocupa, la Retórica se ocupa de lo que es verosímil. "Más vale, dice el pensador, un verosímil imposible que un posible inverosímil". Este punto es para nosotros capital. En el diccionario leemos que verosímil significa lo que es creíble, "lo que parece verdadero". El orador es aquel que intenta persuadir mediante mensajes creíbles que parezcan verdaderos, aunque no lo sean. En retórica, parafraseando a Aristóteles, más vale algo creíble aunque resulte imposible, que algo imposible que aparezca como increíble. Esto, como indica acertadamente Roland Barthes (*Investigaciones retóricas I*),¹⁴ está a la base, salvando las distancias, de la forma en que son manejados actualmente los medios de comunicación colectiva. El orador no organizaba, ni organiza sus discursos a partir de una serie de conceptos rigurosamente encadenados para convencer a alguien "según razón". El orador organiza todo en función de la persuasión y estamos siempre dispuestos a dejarnos persuadir por lo que parece creíble, sin indagar si nos encontramos ante algo verdadero o falso. Es por eso que apela más a los sentimientos, a "mover las pasiones"; busca *conmover*.

Aquí el tema entronca directamente con la problemática de la vida cotidiana. Ella es sin duda el reino de lo verosímil, donde nos movemos a partir de primeras impresiones, del "dar por sabido", cuando no de prejuicios. La retórica no funda sus recursos en temas que son indagados juntos (orador y público); parte de lo que todos saben y trata de utilizar ese saber común para reforzar sus argumentos; Difícilmente aporta conocimientos nuevos sobre algo, difícilmente se interesa por la cuestión del conocimiento. Verosimilitud y vida cotidiana marchan juntas. La persuasión se ejerce, sobre todo en nuestro tiempo, sobre la vida cotidiana y a partir de ella. Sabemos que la vida cotidiana está llena de lugares comunes, un ejemplo: los refranes. Buena parte de nuestros actos y de nuestras diarias decisiones se fundan en tales lugares comunes que implican cosas que todo

¹⁴ Aristóteles: *Tópicos en obras completas*. Aguilar, Madrid.

el mundo acepta y nadie pone en cuestión. En ellos basa en gran medida su eficacia la retórica.

Aristóteles tiene un libro llamado *Tópicos*.¹⁵ La palabra viene de *topói*, que significa lugar. Los tópicos son los “lugares” en los cuales todos estamos de acuerdo. Vienen a constituir verdaderos depósitos de argumentos para el orador. Tenemos por ejemplo, los tópicos del bien, de la belleza, del amor, de la riqueza, de la salud, del temor, de la maldad. El orador apela a esos recursos a fin de persuadir. En realidad persuade mediante lo que el público quiere o espera ser persuadido. Es muy difícil lograr que alguien adhiera a algo si se lo contradice o se lo incomoda. Es preciso, por el contrario, halagarlo, hacer que sienta que sus más fuertes convicciones resultan realizadas, puestas de manifiesto, que lo que aparece como propiedad del grupo o de la sociedad de la que forma parte es ejemplo para todos. Sucede que los tópicos son siempre “lugares” sociales. El persuadir en público implica eso: un público en el sentido plural del término. La retórica no se ejerce para persuadir a un individuo sino a un grupo, a una asamblea, a una audiencia.

Los “lugares” son tales porque se los comparte, forman parte del acervo de creencias de una comunidad o de una clase social. Recordemos nuestras afirmaciones del comienzo: en Grecia la retórica era ejercida entre iguales, por lo que esos “lugares” correspondían directamente a la clase dominante. Veremos luego que en nuestro tiempo lo que se busca es reforzar “lugares” que comparte una mayoría, en tanto que se trata de una verdadera conducción (manipulación) por parte de una minoría.

Desarrollemos un ejemplo de “lugar”, siguiendo a Aristóteles: para cada hombre en particular y para todos en común existe una meta en función de la cual se eligen o rechazan las cosas: la felicidad y todos sus aspectos. La felicidad es concebida como un bien obrar virtuoso, o una independencia en los modos de vida, o una vida más placentera con estabilidad, o una abundancia de cosas y personas con la facultad de conservarlas y usar de ellas. Son partes de la felicidad la nobleza de cuna, amistad, la riqueza, la buena y múltiple procreación, la buena vejez, las virtudes del cuerpo, la gloria, el honor, la buena suerte.

Como vemos la felicidad es un “lugar” que proporciona argumentos para infinidad de discursos. Apelación a lo que es cotidiano, a lo que todos en general aceptan.

Lo dicho hasta el presente nos permite retomar nuestra definición inicial de retórica. Si por ella entendemos “el arte de expresarse bien para persuadir en público”, podemos añadir ahora que esa buena expresión es algo calculado, inespontáneo, que se basa directamente en lo que todos dan por sabido y que apunta más bien a conmover mediante lo que resulta verosímil, que no a convencer según razón.

¹⁵ Emerich, Luis Carlos: “Arte, vida y sociedad”, en: *La Jornada*, México, 21 de abril de 1993, p. 25.

BIBLIOGRAFÍA

- BARTHES**, Roland: S/Z. 4a. ed., Siglo XXI Editores, México, 1987.
- BERLO** K., David: El proceso de la comunicación. El Ateneo, México, 1982.
- BLAKE** H. Reed y Harold Edwin O.: Taxonomía de conceptos de la comunicación. Ediciones Nuevo Mar, México, 1983.
- ENGELS**, Federico: “El papel del trabajo en la transformación del mono en hombre”, en Marx y Engels Obras Escogidas.
- ERNST**, Fischer. “El lenguaje”, en Goded, Jaime: Antología sobre comunicación humana. UNAM (Lecturas Universitarias, 25), México.
- GUIRAUD**, Pierre: La semiología. Siglo XXI Editores, México, 1984.
- IBARGÜENGOITIA**, Jorge: Estas ruinas que vez. Joaquín Mortiz (Serie El Volador), México.
- KAPLUM**, Mario: Producción de programas de radio. CESPAL, Quito, 1979.
- LOZANO**, Jorge y otros: Análisis del discurso: hacia la semiótica de la interacción textual. 2a. ed., Madrid, 1986.
- POLONIATO**, Alicia: Curso de lectura de la imagen. ILCE, Mimeógrafo.
- PRIETO** Castillo, Daniel: Discurso autoritario y comunicación alternativa. Premiá Editores, México.
- : Retórica y manipulación masiva. Premiá (La red de Jonás), México, 1987.
- REBOUL**, Olivier: Lenguaje e ideología. FCE (Lengua y Estudios Literarios), México, 1986.
- RICCI** Bitti, Pío E. y Santa Cortesi: Comportamiento no verbal y comunicación. Gustavo Gilli, Barcelona, 1980.
- VAN** Dijk, Teun A.: Estructura y funciones del discurso. 7a. ed., Siglo XXI Editores, México, 1991.
- SALVAT** Editores: Lingüística y significación. Biblioteca Salvat de Grandes Temas, Barcelona, 1973.

Taller de Análisis de la Comunicación I,
Fascículo III: Lenguaje y recepción

Se terminó de imprimir en octubre de 1994.
La edición consta de 0 000 ejemplares