

Lourdes Rey  
Veitia

*Defendiendo la palabra  
en la televisión*

Mucho se ha hablado, escrito e investigado sobre la imagen televisiva y hay razones para ello. En la televisión el interés viene determinado en gran medida por la eficacia de las imágenes.

También son diversos los estudios que tratan el uso de los efectos sonoros en la televisión, pero pocos investigadores le han dedicado atención a la palabra en este medio de comunicación.

En el siglo XXI, llamado Siglo de las comunicaciones, el lenguaje escrito está en decadencia. Se caracteriza por mala redacción, y pésima ortografía, lo que se sustenta en bajos índices de lectura, sin embargo, crece la comunicación audiovisual, por lo cual se hace necesario utilizar adecuadamente la lengua en ese medio de expresión.

El doctor Vicente González Castro en su texto *Para entender la televisión* explicó las dificultades que enfrentó el medio para poder asumir su propia forma de hacer: «El lenguaje televisivo se fue haciendo paso a paso, empíricamente. En ese pausado andar estuvo limitado por las condiciones tecnológicas de los equipos y por el necesario punto de concordancia entre la radio, el cine y el teatro» (33).

Específicamente apunta que contradictoriamente a lo que muchos puedan pensar:

no fue el cine, sino el teatro y la radio los medios tributarios de la televisión. De la radio se benefició con la estructura organizativa y comercial, y de la experiencia en el uso e inserción de publicidad comercial. El valor de las voces, el trabajo de entonación y énfasis que el micrófono radial imponía era similar al de la televisión y completamente diferente al del teatro (González 34).

Esta observación de González Castro indica que la televisión estuvo ligada desde sus inicios a la palabra al tener como referentes directos a dos formas artísticas donde ella es imprescindible.

No obstante, el también realizador televisivo cubano, acentúa a la vez la importancia de la palabra en el medio y la ubica en su definitiva perspectiva al acotar: «La narración verbal se sustenta en signos lingüísticos; la palabra como soporte material del pensamiento humano es generalizadora, pero la imagen no», y aclara, «cuando ese signo verbal (la palabra) se traslada a la imagen se sustituye por un signo visual y la imagen ofrece connotaciones secundarias».

Esto ha sido visto como la transferencia del signo lingüístico en signo visual, a lo que además hay que añadirle componentes semióticos que complementan la imagen con significaciones secundarias:

tales como los encuadres (primer plano, plano medio, plano general) las angulaciones (picados, contrapicados) con las cuales podemos engrandecer o minimizar el objeto fotografiado y los movimientos de cámara (*travelling, dolly, zoom...*) [y] que decidirán si contemplamos la acción sin comprometernos o si nos adentramos en ella participativamente (34).

En efecto, de la misma manera que el lenguaje impreso tiene una sintaxis, una forma convencional de ordenar los signos para que la lectura sea más fácil, la imagen también tiene una sintaxis propia en la televisión.

Es por ello que se dice que es inseparable la combinación de la imagen y el sonido donde la lengua está integrada y en función del sistema expresivo audiovisual, por lo que la palabra aparece siempre dentro de otros sistemas sonoros y además en relación con las imágenes, es decir, la lengua se convierte en acompañante de todo el impacto y la contundencia informativa

televisiva. «La noticia logra alto nivel narrativo si se expresa con imagen y palabra de forma simultánea, sincronizada» (Cebrián, *Géneros...* 130).

Esta característica, teniendo en cuenta que el mundo actualmente está marcado por el audiovisual, más que una debilidad se convierte en una fortaleza, pues se refuerza la expresión oral, cercana a lo coloquial y distante de lo literario, se vigoriza la narración de acontecimientos en pleno desarrollo y se expresa también la posibilidad del idioma de adaptarse a lo anterior y a lo tecnológico.

Hablar en televisión presupone mucho más que presencia, buena voz, carisma... Se necesitan saberes que permitan dominar la síntesis, pero desde el conocimiento tanto de la temática de la cual se trata el hecho noticioso como de la lengua, para poder expresar el acontecimiento informativo con claridad, originalidad y singularidad.

La totalidad del texto que entra en un noticiario televisivo podría caber en un par de páginas de un periódico. No resulta fácil explicar acontecimientos complejos en no más de treinta líneas —espacio para texto del que regularmente dispone el periodista de televisión para hacer su obra audiovisual—; el resto está destinado a ser utilizado substancialmente en explicitar los hechos por medio de las imágenes.

Además, para expresarse en este medio hay que tener en cuenta toda la intencionalidad de un discurso que debe estar estructurado desde la base de la construcción gramatical más elemental: Sujeto + Verbo - Predicado, evitar los adjetivos y las oraciones subordinadas, emplear frases cortas, pues para aclarar, describir y enfatizar está la imagen, así como usar los pronombres, tanto personales como demostrativos.

Es singular que durante los últimos años, los periódicos han adoptado esta forma televisiva de redactar utilizando un lenguaje simple, directo y con voz activa.

Este proceder, si se hace bien, no significa simplismo ni empobrecimiento del lenguaje sino todo lo contrario, implica ser capaz de dominar los recursos expresivos que tiene la gramática y la lengua para poder comunicar con eficacia en televisión sin que se suplante la imagen, es un reto a la imaginación y al dominio de los recursos expresivos idiomáticos haciendo gala de la más selecta síntesis.

Por ejemplo, un periodista puede decir: En esta Plaza (obsérvese el uso de pronombres) se han realizado las más extraordinarias concentraciones... refiriéndose a la Plaza Comandante Ernesto Guevara, sin decir el nombre del lugar ni las características, pues la imagen hablará por cualquier frase y las que se utilicen para acotar elementos deberán ser escogidas con elegancia, medida y en correlación con las imágenes que se elijan para evitar un doble discurso innecesario entre la palabra y la imagen. Las palabras deben ser exactas, claras, nunca rebuscadas. No es necesario tampoco decir que es grande, hermosa o que posee palmas, la imagen se encarga de ello.

Cada medio de comunicación tiene sus propios recursos expresivos. En la televisión las imágenes se convierten en una gran palabra. Pero la palabra propiamente dicha en televisión tiene que conmover, para ello es necesario que se empleen términos extraordinarios sin ser descomunales. En televisión nombrar es hacer ver, porque la palabra en la televisión crea imágenes, ideas, ilusiones, temores o, simplemente, representaciones.

Ahora bien, a pesar de que en este medio la palabra está en función de la imagen, es evidente que la televisión marca los usos idiomáticos nacionales y locales, cultos y populares, correctos e incorrectos, de clases incluso.

El teórico Mariano Cebrián, catedrático de Información Audiovisual de la Universidad Complutense de Madrid, ha manifestado «... la televisión marca los nuevos territorios virtuales para el idioma. El idioma es prolongación de su historia, uno de los espejos de su presente y plataforma de su porvenir» (*La lengua...* 4).

Según sus opiniones, desde la llegada de la televisión se asiste a múltiples maneras de usar el idioma, pues este medio ejerce un efecto multiplicador de cuanto aparece en la pantalla, tanto de personalidades que hablan con corrección como de aquellas que atropellan de alguna manera el idioma.

La televisión es hoy por hoy, el medio de comunicación más potente del que dispone la sociedad para mantenerse informada, donde la imagen es prioridad, aunque su importante presencia terminará con la palabra.

En este sentido es necesario entonces que la palabra juegue, sin dejar de cumplir los códigos establecidos por el medio

comunicativo, un rol determinante en la comunicación no verbal y la comunicación verbal, pues se observan modalidades comunes de estructuras, giros, locuciones, palabras que entorpecen la comunicación. Además se dice tanto a través de las miradas, los movimientos, los gestos, etc., como a través de la propia palabra y su entonación.

Por lo tanto en la televisión se manifiestan los niveles de expresión, no sólo el de la palabra propiamente dicha —nivel fonológico— sino también el sintáctico, y es decisiva la manera de hacer las preguntas, de plantear los conflictos, el tono con que se expresen.

Por ejemplo: «no respondió a mi pregunta» o «espero su respuesta». O las diversas formas de dar las gracias. Y lo más complicado, el televidente recibe los matices y retiene la semántica supuesta y la semántica que se esconde en cada frase.

No obstante, la televisión es también generadora de un lenguaje de sinónimos, de sentidos figurados, de giros donde se emplea la lengua de manera funcional con el propósito de ser eficaz en la transmisión de noticias.

La televisión tiene que comunicar con claridad, precisión y exactitud, y para ello necesita un lenguaje directo, claro, preciso y exacto, que utilice la versión del uso popular, en vez de un lenguaje artificial. Por otra parte, la televisión genera un vocabulario técnico propio con una fuerte influencia del inglés, y además está emergiendo un vocabulario nuevo procedente de las tecnologías.

Según el politólogo Ignacio Ramonet:

la «revolución digital» ha derribado las fronteras que antes separaban las tres formas tradicionales de la comunicación: sonido, escritura, imagen. Estas tres esferas antes eran autónomas: por un lado, la cultura de masas con su lógica comercial, sus creaciones populares, sus objetivos esencialmente mercantiles; por el otro, la comunicación, en el sentido publicitario, el marketing, la propaganda, la retórica de la persuasión; y finalmente, la información con sus agencias de noticias, los boletines de radio o televisión, la prensa, los canales de información continua, en suma, el universo de todos los periodismos (*Mentiras...* 17).

Ramonet afirma además que como característica: «estos grupos son mundiales, planetarios, globales» (29). Es decir, los medios masivos de comunicación tienden cada vez más a agruparse en el seno de inmensas estructuras para conformar grupos mediáticos con vocación mundial, de ahí el hegemonismo actual de ellos.

Esta hegemonía va relegando los elementos identitarios y en particular los del habla. La televisión, en sus variantes de privada, nacional y estatal o pública, no ofrece alternativas al televidente, por el contrario es una red hegemónica con una visión unilateral del mundo.

Como alternativa a este hedonismo mediático la televisión en América Latina vislumbra una perspectiva comunitaria. El sentir de la comunidad se refleja en algunos proyectos audiovisuales, a partir de insertar nuevos actores, las diferentes experiencias televisivas de este tipo desarrollan su trabajo desde la comunicación comunitaria y popular.

Hasta la década de los setenta en la mayor parte de Europa, África, Asia y América Latina había solamente televisión estatal. Los cimientos de la televisión comunitaria se sitúan en los años setenta, cuando la Comisión Federal de Comunicaciones de los Estados Unidos obligó a las nuevas empresas de televisión por cable a proporcionar gratuitamente, por lo menos, cinco minutos diarios de producción y emisión televisiva, a todo grupo comunitario y representativo que deseara difundir mensajes no comerciales.

Se conocen otras experiencias. El gobierno de la India en el año 1975 inició un proyecto experimental de televisión, en el distrito de Kheda. La experiencia terminó en 1985, a pesar de la oposición de la población. En Seúl, República de Corea, la entidad Labor News Production (LNP), convirtió la técnica del video en un componente esencial en la educación de los trabajadores. En Sudáfrica existió un proyecto de promoción de la salud denominado Soul City, Johannesburgo, con el propósito de poner los medios de información al servicio de la prevención del VIH. En Brasil, los indígenas Kayapo encontraron en el video un arma idónea para luchar por su tierra, sus tradiciones y contra los planes de destruir la selva amazónica.

Canales de televisión alternativa comenzaron a surgir en Bolivia y Chile en los años sesenta y setenta del pasado siglo. La

universidad estatal de Bolivia tenía, en virtud de la autonomía universitaria, su propio canal. Constituyen los canales universitarios el antecedente más digno de la televisión comunitaria en América Latina. En Cuba la experiencia se asume a partir de los años ochenta del pasado siglo.

En Venezuela la conformación de los medios comunitarios nace en 1992. En 1999 se aprueba la Ley de Telecomunicaciones que abrió el camino a los medios comunitarios. En noviembre de 2003 se crea Vive TV, luego inició su emisión en 2007 el proyecto comunitario internacional Alba TV, y posteriormente nació TeleSUR.

Estas tele emisoras han dedicado parte importante a mantener el habla y los dialectos de sus etnias desde este medio de comunicación y tienen como base los principios que establece el investigador boliviano Alfonso Gumucio para estos medios de comunicación comunitarios: preservar la cultura y en particular la lengua de las comunidades.

El gran reto de la televisión comunitaria es desarrollar una propuesta estético-televisiva y cultural que se convierta en uno de los sustentos principales de su legitimidad en el seno de la comunidad, que satisfaga los deseos y expectativas de una audiencia crítica y comprometida con su medio de comunicación. De ésta y sólo de esta manera, el auditorio se va a sentir identificado con la televisora de su comunidad. La televisión comunitaria planta sus raíces en la cultura local, esto no significa la negación de otras culturas, pero sí la afirmación de una identidad propia, identidad que con frecuencia es negada por los medios masivos de alcance nacional. El principal rasgo distintivo de esa pertenencia a la cultura local es el uso y valoración del idioma o idiomas indígenas de la región. El mundo percibido por cada cultura se encuentra aprehendido en el idioma que se habla. Con las palabras se designa todo lo existente en los mundos real e imaginario («Ante...» 12).

Tal como expone el investigador boliviano Alfonso Gumucio Dragón en su artículo «La televisión comunitaria. Ni pulpo, ni púlpito: púlpito»: «La televisión comunitaria nace como una solución propia que se dan las comunidades para responder a

un vacío de comunicación que ahoga las voces locales. La televisión comunitaria no pretende imponerse en gran escala, ni tampoco establecer una prédica unilateral» («*Ante...*» 19).

A diferencia de la televisión comercial e incluso la televisión del Estado, la televisión comunitaria tiene sus cimientos en la cultura de la comunidad y sin discusión en el habla local, por lo que para que una televisión sea comunitaria tiene que defender como principal rasgo característico de esa pertenencia a la cultura local el uso de la lengua o de las lenguas características de su región. Esto no significa la negación de otras lenguas, pero sí al expresarse desde la suya propia afirman su identidad por medio de la palabra, y no olvidemos que esa identidad con frecuencia es negada por los medios masivos de alcance nacional y que ese canal de televisión se convierte en la alternativa idiomática para reconocerse desde su lengua.

Ahora bien, esta televisión refleja los usos lingüísticos de la comunidad. Los entrevistados emplean desde una lengua vulgar hasta una culta; aparecen desde el campesino hasta el intelectual más renombrado y la televisión no interfiere en la utilización del idioma ni en las situaciones comunicativas de la lengua y a su vez influye en el habla pues ella crea una lengua informativa, que en muchos casos está influida por los políticos, economistas, deportistas, activistas, es decir, los sujetos de la información.

A partir de este análisis puede asegurarse que la televisión influye en el avance del habla, tal como aseguró Mariano Cebrián, quien expresó en su conferencia «La lengua en la información televisiva» que ello podría ser factible. El investigador señaló que ese desarrollo estaría dado por el refuerzo y apoyo de aquellos modelos correctos de personalidades ajenas al medio que impregnan indirectamente el habla de la comunidad, donde la televisión actúa de plataforma y de efecto multiplicador. También por el esfuerzo en el mantenimiento de un modelo correcto en sus propios usos idiomáticos en los programas informativos, en las producciones propias de ficción, en las traducciones de producciones ajenas, y por la acción educativa directa y la sensibilización sobre la importancia del dominio del idioma mediante la creación de programas específicos sobre su uso correcto.

La televisión comunitaria en la actualidad se centra básicamente en la cultura e identidad de la comunidad. En algunos



casos las comunidades poseen otro idioma, además del oficial de su país, el que se expresa en sus programaciones con los correspondientes reflejos de los usos idiomáticos de dichos territorios.

En este caso el idioma mantiene una unidad de estructura y múltiples variables que se traspolan a la televisión, esto trae consigo una pluralidad idiomática, por lo tanto está desterrada la opinión de que con la televisión pública se garantizaba mayor calidad en el uso de la lengua. Estas tele emisoras han surgido también para dar acceso a diversas manifestaciones del habla y se caracterizan por la presencia de giros y argot periodísticos similares en ambos idiomas con elementos comunes vinculados al argot de la información periodística que pudiera verse como una lengua especial si se tiene en cuenta la gama de contenidos informativos que se incorporan al léxico, locuciones y giros sintácticos donde surgen vocablos.

Esta riqueza idiomática que va gestándose en las televisiones comunitarias es consecuencia de la riqueza idiomática de las zonas donde están enclavadas las tele emisoras, y cada palabra y entonación fonética que expresan sus realizadores y periodistas están impregnadas de los valores culturales propios que tienen un contexto inmediato: la comunidad.

Las producciones televisivas para Latinoamérica son irremediablemente emisiones en español, por lo que los vocablos denominados tradicionalmente americanismos pasan al lenguaje corriente a partir de la circulación de producciones audiovisuales. Entonces hay que hablar de un salto en las peculiaridades idiomáticas.

La vertiginosa transformación tecnológica de la televisión crea la circulación globalizada de los idiomas, en particular del inglés, y es en este contexto donde las televisiones comunitarias juegan un rol decisivo en el mantenimiento de la lengua propia, a partir de que la televisión está diseñada para ser consumida en el idioma del televidente, y esa tendencia aún no ha sido desterrada por la hegemonía televisiva. Esta oportunidad debe ser aprovechada por las políticas culturales de cada país y utilizar esta ventaja que ofrece la nueva televisión que se gesta desde las comunidades y que le da voz a ellas en pos de la identidad de las naciones.

Pero además existen otras condiciones que se basan en aspectos económicos que fueron expuestos por el profesor Mariano Cebrián cuando explicó:

No se trata sólo de la lengua como instrumento de comunicación, sino como base de estrategias comerciales televisivas. El mundo de habla hispana supone para cualquier organización televisiva un mercado tan enorme y con unas bases de homogeneidad lingüística y cultural tan sólidas y amplias que le hace atractivo a cualquier empresa audiovisual («La lengua...» 12).

Más allá entonces de lo tecnológico, de los asuntos comerciales de la industria que es la televisión, se impone defender la palabra en este medio, ello significa proteger la identidad de los pueblos, su cultura y dar voz a quienes muchas veces están olvidados pero se resisten a olvidar su lengua y se empeñan en preservarla fundamentalmente desde la televisión que construyen en sus comunidades.

### **Bibliografía**

- CEBRIÁN, MARIANO: *Géneros informativos audiovisuales*. Madrid: Ciencia El País, 1992. Impreso.
- \_\_\_\_\_: *Libro de estilo*. Madrid: Ediciones El País, 1996. Impreso.
- \_\_\_\_\_: «La lengua en la información televisiva». Intervención en el Congreso internacional de la Academia Española de la Lengua, 2007. [http://: cervantes.es](http://cervantes.es)
- FAGOAGA, CONCHA: *Periodismo interpretativo*. Barcelona: Mitre, 1982. Impreso.
- GONZÁLEZ C., VICENTE: *Para entender la televisión*. La Habana: Ed. Pablo de la Torriente Brau, 2006. Impreso.
- RAMONET, IGNACIO: *La tiranía de la comunicación*, Madrid: Temas de Debate, 1998. Impreso.
- \_\_\_\_\_: *Propagandas silenciosas*. La Habana: Instituto Cubano del Libro, 2002. Impreso.
- \_\_\_\_\_: «El crimen perfecto», *Le Monde diplomatique*, edición española, 2002. Impreso.

- \_\_\_\_\_: «Mentiras de Estado», *Le Monde diplomatique*, edición española, 2003. Impreso.
- \_\_\_\_\_: «El quinto poder», *Le Monde diplomatique*, edición española, 2002. Impreso.
- GUMUCIO, ANTONIO: *Haciendo olas. Historias de comunicación participativa para el cambio social*. New York: The Rockefeller Foundation, 2001. Impreso.
- \_\_\_\_\_: «Arte de equilibristas: la sostenibilidad de los medios de comunicación comunitarios». Ponencia. Cuarta Conferencia Internacional de Comunicación Social: Perspectivas de la comunicación para el cambio social y el tercer Encuentro Our media/nuestros medios. Universidad del Norte. Barranquilla, 19-21 de mayo de 2003a. Disponible en el URL [http://www.apc.org/apps/img\\_upload/5ba65079e0c45cd29dfdb3e618dda731/gumucio](http://www.apc.org/apps/img_upload/5ba65079e0c45cd29dfdb3e618dda731/gumucio). Consultado el 27 de septiembre de 2008.
- \_\_\_\_\_: «Ni pulpo, ni púlpito: pálpito». Disponible en el URL [http://www.ourmedianet.org/papers/om2003/gumucio\\_om3.rtf](http://www.ourmedianet.org/papers/om2003/gumucio_om3.rtf). Consultado el 1 de noviembre de 2008.
- \_\_\_\_\_: «La televisión comunitaria y su papel en la construcción del tejido social». II Foro Nacional de Televisión Comunitaria. Medellín, 2004. Impreso.