

Análisis del discurso radial

-Aproximaciones a un modelo de análisis-

Ana María Lalinde Posada*

El presente trabajo no tiene otra pretensión que la de ordenar de alguna forma, ciertos apuntes de clase, y realizar algunas reflexiones sobre el tema que nos ocupa. En principio, porque sobre análisis de discurso radial existe poquísimas literatura. Lo que podemos consultar sobre análisis de discurso se basa en un modelo que llamaremos "plano" que cuando se utiliza en un corpus de discurso radial, obliga al investigador a "transcribirlo" realizando el análisis sobre una gramática que ya ha sido transformada en otra cosa. Por otro lado, la investigación sobre radio, si no se trata del tipo de análisis anterior, las más de las veces se conforma con trabajar categorías como estructura de propiedad, transnacionalización o nuevas tecnologías, y muy poco se dedican en verdad, a la especificidad del análisis discursivo.

Este ensayo supone pues, que esta limitación debe ser superada de alguna manera, con algo así como un "modelo de análisis en tercera dimensión" que considerando categorías del mensaje radial, pueda trabajar sobre sus propios modos de producción, distribución y reconocimiento.

* Comunicadora Social de la Universidad Javeriana. Maestra en Comunicación y Desarrollo de la Universidad Iberoamericana de México. Actualmente es asesora de investigación y profesora del Seminario de Lenguajes I y del Seminario Comunicación y Estado en el Enfoque de Desarrollo.

Algunas Notas sobre Producción de Significaciones

Los medios masivos de comunicación se apuntalan en la sociedad contemporánea como el principal soporte cultural creador de la hegemonía. Su capacidad de difusión permite un acelerado proceso de creación de consenso, y su lugar político en las sociedades contemporáneas los coloca como los principales interpeladores de la sociedad política. Los medios de difusión emanados de la sociedad civil, se convierten así en "conciencia moral" del Estado y de sus acciones en relación con la sociedad extendiendo el campo de acción de otras instituciones propias de la sociedad civil y dando una salida a la difusión ideológica.

En este sentido, los medios se postulan como "lugares" de realización de la ideología dominante; sin embargo, estos aparatos no producen sentidos unitarios; por el contrario, cada medio condensa de forma distinta la relación de fuerzas y los antagonismos de clase.

La dimensión ideológica en los discursos sociales, no se revela en los contenidos manifiestos, sino que se enmarca en un campo más amplio de producción de significaciones: "Cada uno de los mensajes emitido por los distintos medios apela de manera diferenciada a otros discursos y a otras formas de relación con el propio sujeto que recibe el mensaje. Cada medio hace valer conjuntos variados de saberes: acerca de la naturaleza de sus propios elementos tecnológicos, acerca de sus procedimientos, acerca del campo de lo decible que reconoce explícitamente, acerca de los campos de exclusión reconocidos consensualmente por el entorno social involucrado en el proceso de comunicación; acerca de los mecanismos que rigen la aparición social de ciertas preferencias" (1). Son pues, diferentes los procesos de producción, distribución y consumo que cada medio desarrolla en la formación del sentido.

Podríamos afirmar que cada medio posee un discurso específico, a veces trasgredido, pero casi siempre presente. Cada medio trabaja en un campo de significaciones dentro de una lógica de reconocimiento que legitima el discurso. Si no fuera así, no nos molestaría en absoluto que el locutor deportivo transmitiera de igual forma el partido de fútbol por televisión o por la radio; pero el hecho es que los fanáticos del fútbol suelen apagar el audio de su televisor y seguir el partido escuchando la radio. En este sentido podríamos decir también, que cada medio se "especializa" en un tipo de discurso particular y legítimo. La radio, por ejemplo, posee el "monopolio" del discurso de sesgo social, de servicio a la comunidad, frente al "monopolio" de la objetividad de la prensa escrita.

Sin embargo, no es el mensaje lo que se legitima; es la inscripción de este mensaje en una lógica determinada de producción y de reconocimiento; cierta

1. MIER, Raymundo. "Cómo escuchar la radio". *Comunicación y Cultura* N° 9. pp. 129. México: UAM-X, 1981.

“sintonía” tácita establecida entre el enunciador del mensaje y el lector del mismo. Existe pues, una clara relación entre la gramática de producción y la operación de lectura, operaciones atravesadas por la mediación técnica.

Esta especificidad de la que hablamos, debe insertarse sin embargo, en el proceso social más amplio de producción de significaciones. Un análisis ideológico de este espacio de producción —los medios— debe “reconocer la existencia de conflictos y antagonismos de clase que atraviesan e incluso desbordan a los aparatos ideológicos de Estado” (2). Esto conlleva a considerar que los lugares, la “autoridad” de los discursos, la relación particular del medio con los fenómenos colectivos depende no del medio, sino de la coyuntura económica, política e ideológica de la sociedad.

El medio se convierte en lugar estratégico en la medida en que se desarrollen procesos grupales de identificación colectiva. Si tiene que ver en este movimiento, la capacidad de convocatoria del medio, pero esto responde a una estrategia diferente a la simple operación de lectura, o a la determinación de ciertas competencias generalizadas en la recepción, etcétera.

Como decíamos al principio, este ensayo busca algunos elementos de análisis discursivo de la radio en función de su proceso de producción, distribución y reconocimiento. Es menester por lo tanto, antes de entrar a esbozar estos elementos, el ponernos de acuerdo sobre el sentido mismo de estos procesos.

Cuando hablamos de producción de significaciones, estamos hablando de ésta como resultado de un trabajo social, es decir, como resultado de ciertas prácticas (en este sentido, ideológicas como nivel de análisis); hay por lo tanto, un “producto”: la materia significativa, el “texto”.

Sin embargo, la aproximación a este conjunto significativo obliga a mirar las condiciones en las que se da. Es decir, la existencia de una relación entre la materia significativa constatada y los aspectos involucrados en todo proceso de producción, distribución y consumo o reconocimiento. “Estas condiciones son ciertamente exteriores al conjunto significativo dado (constatado) que ha podido ser tomado como objeto de análisis, pero no pueden ser considerados como ajenos al sentido general; esta distinción entre sentido productivo y condiciones de producción no debe reproducir la vieja dicotomía infraestructura / superestructura, como si el sentido estuviese ausente” (3).

Diremos entonces que existe un proceso global de producción que reúne:

-
2. DE IPOLA, Emilio. *Ideología y discurso populista*. pp. 86. México: Folios ediciones. 2a. ed., 1983.
 3. VERON, Eliseo. *Semiosis de lo ideológico y el poder*. pp. 13. Revista Contratexto N° 1. Universidad de Lima: CICOSUL, 1980.

1. Un proceso directo de producción: referido a la pregunta sobre las condiciones reales bajo las cuales se produce un discurso. Ya lo habíamos dicho: la eficacia de un discurso depende directamente de las relaciones de fuerza y de poder en las que el discurso se inscribe. Remite pues, a un análisis del aparato entendido como "lugar social" atravesado por antagonismos y conflictos de clase.

Cabría aquí preguntarse por las estructuras de propiedad y por aquellos conflictos que atraviesan la producción. Igualmente, cabe preguntarse sobre la organización del aparato mismo (jerarquía, especialización de los agentes, funciones asignadas, relaciones laborales y objetivos propuestos) y sobre su infraestructura tecnológica (capacidad de difusión, cobertura, equipos, etc.). Y finalmente, buscar el "lugar estratégico" que ocupa el medio en relación a los demás, de su misma especie, y a otros diferentes.

2. Un proceso de reconocimiento o de "consumo". Proceso que igual que el anterior, se da bajo condiciones materiales determinadas. En este paso, nos preguntamos por la "eficacia" del discurso mismo al interior de los grupos sociales. Existe en este punto una diferencia respecto al proceso anterior: el momento de producción es único e irrepetible y lo podemos determinar espacio-temporalmente. En cambio, el proceso de reconocimiento es múltiple y heterogéneo mediado del primero por una distancia espacio-temporal. Este análisis debe dar cuenta de las huellas que han estado presentes desde la producción: ¿Quién recibe el discurso?, ¿Bajo qué condiciones sociales?, ¿De qué competencias hace uso?, y algo muy importante: ¿Qué otros discursos se producen y cómo, a partir del primero? Preguntarse además, por los patrones de validación y reconocimiento que sustentan la legitimidad del medio: atribuciones de veracidad, modalidades argumentativas, autoridad y "credibilidad" del enunciador, elementos que ligan con el proceso de circulación.

Finalmente, las conexiones que mantiene el discurso con otros discursos externos a él (otros medios): ¿Quién valida los discursos?, ¿Qué referencias utiliza?

3. Un proceso de circulación o distribución: proceso que enlaza el de producción con el de reconocimiento. Y es aquí donde colocamos "La mediación técnica" que marca la forma particular del "decir" de la radio. Por ejemplo, el carácter estrictamente sonoro del medio, la no direccionalidad del mensaje, incluso, las condiciones de escucha que marcan un cierto tipo de "lectura".

La mediación técnica se utiliza no como mero instrumento de transmisión, sino también como "recurso retórico" y esta dimensión del análisis es imprescindible. Este recurso técnico actúa como "lenguaje" paralelo al lingüístico. Y esta dimensión no vista, es lo que llamamos al iniciar este ensayo, "análisis plano".

La mediación Técnica

Detengámonos ya para terminar, en algunos elementos que ayudarían a aclarar el concepto de mediación técnica que marca el texto. Nos ubicamos sí, dentro de los procesos de producción, distribución y reconocimiento, pero nos detenemos en el hecho, —por nosotros incuestionable— de que la transmisión técnica modifica las formas de producción y recepción del discurso.

1. El "eje espacial". Las condiciones del medio en relación con la fuente de información y la posibilidad técnica de reproducir el entorno del hecho transmitido. Filtros, reverberaciones, fuentes sonoras actúan como recursos retóricos. Estos elementos nos remiten al eje espacial del análisis colocándonos en lo que podemos llamar el "contexto situacional del hecho". El impacto será mucho mayor si la transmisión se realiza "in situ". Contexto que de una u otra forma también, se puede crear en estudio. Pero son sin embargo, dimensiones que debemos considerar.

Otro de los aspectos fundamentales del análisis espacial en el referente a los planos sonoros:

- Primer plano: corresponde por lo general al locutor o locutores que realizan la transmisión.
 - Segundo plano: voz mediada por teléfono por ejemplo, o transcripción en cinta (diferido), etc.
 - Fondo: lo que arriba llamamos "contexto situacional" referido en este caso a esos "otros" discursos que atraviesan el discurso central (voces, gritos, aplausos, etc).
 - Yuxtaposición de planos: utilizando recursos técnicos como el fundido encadenado, o la presencia sucesiva de diferentes planos espaciales.
2. El "eje temporal". Quizá la categoría más importante es el manejo temporal de la información, ya que la radio es un medio temporal: es decir, está marcado por la fugacidad de la información transmitida. Su inscripción es temporal antes que espacial. De aquí que el manejo del tiempo marca la eficacia del discurso. Empezando porque los momentos de producción y reconocimiento son casi simultáneos. Y este es un elemento no considerado en el análisis del discurso, ya que su inscripción es espacial.
 - El tiempo del suceso: referido al tiempo real que transcurre en el acto mismo informado.
 - Tiempo radial: la radio "resume" o sintetiza el acontecimiento o sigue el transcurso normal del hecho narrado.
 - Tiempo de difusión y recepción: Transmisiones en directo o en diferido marcan lecturas diferentes: un partido de fútbol cuyo resultado el oyente sabe de antemano porque éste se dió dos horas antes, es reconocido en forma distinta a escuchar el partido en directo. Igualmente, instantáneas o retardadas, las modalidades discursivas de la transmisión varían.

Elemento que tiene que ver con el anterior, es el tiempo de narración. ¿Se trata de una narración lineal? Aquí conviene la narración con el tiempo del suceso real, con su tiempo cronológico.

O por el contrario, ¿se trata de una narración invertida? alterando el orden cronológico de los acontecimientos, privilegiando unos aspectos sobre otros, dedicando más tiempo a la narración de unos elementos, etc.

- Tiempo psicológico: dado por elementos como la velocidad en la narración dada por el narrador, la intensidad, el tono y el timbre que imprime, etc. En este sentido, el silencio actúa también como recurso retórico inscrito en el eje temporal; la ausencia de sonido por interferencia en la transmisión o por voluntad del narrador, "imprime" sentido a lo narrado.

Todos los elementos anteriormente esbozados están apenas descritos. El trabajo que queda por realizar es el de formular una cualificación y jerarquía de cada uno de ellos en relación al objeto y al objetivo del análisis. Trabajo complejo sin duda, pero no por eso menos urgente, en la medida en que considerar estos elementos posibilite entrever mayores datos sobre el análisis de medios masivos en cuanto a mecanismos de funcionamiento y sus soportes técnicos y materiales entrelazados con las formas concretas de difusión, distribución y reconocimiento de la ideología.

INTERCOM — Revista Brasileira de Comunicação é uma publicação semestral da Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação.

Integrante da rede Ibero-americana de revistas de comunicação e cultura.

Assinaturas:

Brasil — Cz\$ 100,00

Exterior: US\$ 20,00

Pedido para:

INTERCOM

Caixa Postal 20793

01498 São Paulo — Brasil

