

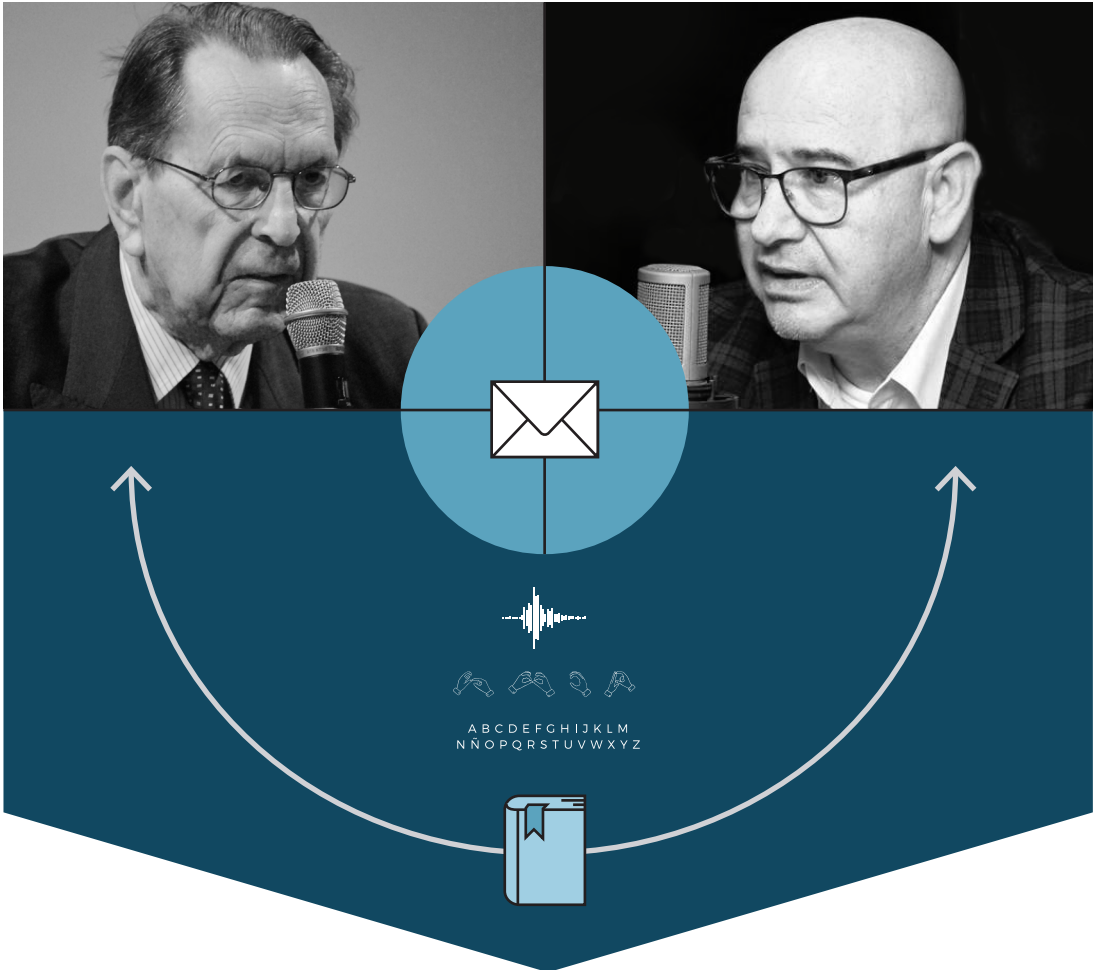
— LAS FUNCIONES DE

ROMAN JAKOBSON

EN LA ERA DIGITAL —

Colección
COMUNICADOR URL

RAMIRO MAC DONALD



EDITORIAL
**CARA
PARENS**
COMUNICACIÓN Y LENGUAJE



Universidad
Rafael Landívar
Tradición Jesuita en Guatemala

FACULTAD DE HUMANIDADES
Departamento de Ciencias de la Comunicación

LAS FUNCIONES DE ROMAN JAKOBSON EN LA ERA DIGITAL



Ramiro Mac Donald

▲
Colección
COMUNICADOR URL
▼

EDITORIAL
**CARA
PARENS**
UNIVERSIDAD RAFAEL LANDÍVAR



Universidad
Rafael Landívar
Tradicón Jesuita en Guatemala

410.92

M113 Mac Donald, Ramiro

Las funciones de Roman Jakobson en la era digital / Ramiro Mac Donald --

Guatemala : Universidad Rafael Landívar, Editorial Cara Parens, 2017.

xvi, 142 p.

ISBN de la edición física: 978-9929-54-208-2

ISBN de la edición digital: 978-9929-54-209-9

1. Jakobson, Román (Ósipovich Yakobsón) 1896-1982 - Crítica e interpretación
 2. Lingüistas
 3. Lingüística
 4. Semiótica
 5. Lenguaje y lenguas
- i. t.

SCDD 21

LAS FUNCIONES DE ROMAN JAKOBSON EN LA ERA DIGITAL

Ramiro Mac Donald



Edición, 2017

Facultad de Humanidades

Departamento de Ciencias de la Comunicación

Editorial Cara Parens de la Universidad Rafael Landívar

Reservados todos los derechos de conformidad con la ley. No se permite la reproducción total o parcial de esta publicación, ni su traducción, incorporación a un sistema informático, transmisión en cualquier forma o por cualquier medio; sea este electrónico, mecánico, por fotocopia, grabación u otros métodos, sin el permiso previo y escrito de los titulares del *copyright*.

D. R. ©

Editorial Cara Parens de la Universidad Rafael Landívar

Vista Hermosa III, Campus Central, zona 16, Edificio G, oficina 103

Apartado postal 39-C, Ciudad de Guatemala, Guatemala 01016

PBX: (502) 2426-2626, extensiones 3158 y 3124

Correo electrónico: caraparens@url.edu.gt

Sitio electrónico: www.url.edu.gt

Coordinadora editorial

Coordinador de diseño gráfico

Diseño gráfico, diagramación e ilustraciones

Edición y corrección

Dalila Gonzalez Flores

Pedro Luis Alvizurez Molina

Michelle García Alegría

Angel Mazariegos Rivas

AUTORIDADES DE LA FACULTAD DE HUMANIDADES

Decano	Mgtr. Héctor Estrella López, S. J.
Vicedecano	Dr. Juan Pablo Escobar Galo
Secretaria de Facultad	Mgtr. Irene Ruíz Godoy
Directora del Depto. de Ciencias de la Comunicación	Mgtr. Miriam Madrid Estrada
Directora del Depto. de Educación	Mgtr. Marcela Pereira Mazariegos
Director del Depto. de Letras y Filosofía	Mgtr. Mario López Barrientos
Directora del Depto. de Psicología	Mgtr. Georgina Mariscal de Jurado
Director del Depto. de Psicopedagogía	Mgtr. Roberto Martínez
Directora del Depto. de Idiomas	Mgtr. Guisela Maldonado

CONSEJO EDITORIAL

Lcda. Nancy Arroyave

Dr. Miguel Flores

Mgtr. Nancy Avendaño

ÍNDICE

PRESENTACIÓN	ix
INTRODUCCIÓN METALINGÜÍSTICA EN PRIMERA PERSONA	xi
CAPÍTULO I Biografía mínima de Roman Osipovich Jakobson	1
CAPÍTULO II Antecedentes históricos de las funciones de la comunicación	9
CAPÍTULO III Función emotiva o expresiva	33
CAPÍTULO IV Función referencial	43
CAPÍTULO V Función conativa, apelativa o conminativa	57
CAPÍTULO VI Función fática o de contacto	71
CAPÍTULO VII Función metalingüística	91
CAPÍTULO VIII Función poética o estética	103

CAPÍTULO IX	
Revisiones al modelo de Roman Jakobson	113
CAPÍTULO X	
Agregados a las funciones de Roman Jakobson	121
REFERENCIAS	135
DEL AUTOR	141

PRESENTACIÓN

Hablar de Roman Jakobson es hablar de una de las figuras más prominentes de la lingüística y, por qué no, de la semiótica. Varios de los aportes de este lingüista ruso traspasaron el campo de su especialidad y enriquecieron los de la, en ese entonces, incipiente semiología (más comúnmente llamada semiótica).

Con este trabajo, Ramiro Mac Donald propone una revisita a las funciones del lenguaje planteadas por Jakobson. Se trata de una invitación a retomar las seis funciones establecidas para la apreciación del lenguaje y que, más adelante, el mismo Jakobson aceptaría como válidas para el estudio análogo de otros sistemas semióticos. No está de más recordar que años más tarde, en su obra *La semiología*, Pierre Guiraud (2004) incluyó como herramientas del análisis semiológico las funciones establecidas por Jakobson.

Esta obra es el resultado de varios años de trabajo y es fruto de la combinación de dos de las más grandes pasiones del autor: el estudio de la semiótica y su larga trayectoria en la cátedra universitaria de las ciencias de la comunicación, con la que logra hacer de este texto una obra académica (mediante la recopilación exhaustiva de contenidos teóricos e históricos relacionados con el tema) y una herramienta pedagógica que guía el proceso de aprendizaje mediante diversas actividades al final de cada capítulo.

Entre los méritos de este libro está la incorporación de una reseña biográfica del lingüista, que permite comprender su entorno y las condicionantes históricas que influyeron en sus aportes. Además, la inclusión de un capítulo con antecedentes históricos que sirvieron de marco al planteamiento de sus funciones enunciadas.

El autor hace referencia a los aportes que otros lingüistas hicieron previamente y que fueron retomados por Jakobson para completar su modelo, el cual vincula una función a cada elemento de la comunicación. Todo ello se constituye en un marco referencial que ofrece al lector una base histórica y teórica para comprender de mejor manera la propuesta jakobsoniana.

Otro aspecto meritorio es que Mac Donald dedica un capítulo a cada función. A través de la lectura y los distintos ejercicios, la obra profundiza en todas y pone

de manifiesto su vigencia como herramientas útiles que permiten el análisis y facilitan la construcción de mensajes, incluso de aquellos que se producen en esta era tecnológica digital.

Así, la referencial, la conminativa, la fática, la expresiva, la metalingüística y la poética encuentran un espacio individual y preferencial en el texto. Cada función cobra un papel protagónico al ser sometida a una amplia exposición académica que reivindica su importancia en los diversos procesos de producción del sentido. De ahí que su vigencia siga intacta incluso para los nuevos formatos y códigos de comunicación.

Pero el autor no se queda allí. Con un desarrollado sentido holístico, su trabajo incluye un capítulo que actualiza al lector en torno a los distintos análisis que han hecho destacados autores sobre la propuesta de Jakobson; y otro sobre posteriores aportes académicos que enriquecen dichos postulados.

En resumen, esta obra no solo es una revisita a los postulados de Jakobson, es un interesante documento académico que ofrece material enriquecedor para el experto; una guía para el docente cuyo curso se relacione con el análisis y, la producción de mensajes; una herramienta de aprendizaje para quien desee iniciarse en el apasionante mundo de la semiótica.

Lcda. Nancy Arroyave
Catedrática universitaria

INTRODUCCIÓN METALINGÜÍSTICA EN PRIMERA PERSONA

Al finalizar un libro, aunque el autor lo sepa con anterioridad, redacta las palabras que seguramente colocará en lo que se denomina introducción: al principio. Porque cuando se termina un texto, entonces se piensa en la presentación. Curioso proceso inverso.

Y es que un libro es una obra que se prepara a fuego lento, en la cocina del sentido afirmaba Roland Barthes, como producto de muchos ingredientes. Un primer elemento nació de la idea concebida hace ya más de una década, y se convirtió en el primario esquema manual, en una hoja de papel y un lapicero azul; luego fue escrita en una máquina de escribir marca Royal, sobre una mediana ficha de cartulina blanca que aún conservo y atesoro. El segundo ingrediente cambió de sustrato y se convirtió en un Power Point (dio un salto tecnológico) para apoyar uno de los cursos que todavía ofrezco en la universidad. A partir de ese momento, conscientemente, busqué bibliografía en rincones de esta fascinante era digital. Tan es así, que hice una carpeta de textos que fui acumulando en diferentes computadoras. A lo largo de dilatados años se fue llenando de inquietudes, de certezas y también de muchas dudas sobre el tema. Siempre tuve miedo de que se extraviaran o borrarán esos archivos. Afortunadamente no ocurrió.

Con paciencia y curiosidad, esta carpeta se convirtió en un verdadero arcón de caudales y reflexiones. Y se fue haciendo cada vez más cargado de ideas que referenciaban a favor o en contra todo aquello que pudiera aludir a las funciones del lenguaje y de la comunicación, dadas a conocer por Roman Jakobson en la década de los años 50. Ahí cupo alguna que otra excentricidad que se me ocurrió alguna vez. Cuando llegó el momento de revisar el material, fue extenuante, pero me sirvió de mucho guardar tantos ingredientes. Y es que este tema me cautivó desde la primera vez que escuché a mí entonces profesor, Guillermo Toralla, ofrecer una clase sobre las teorías de Roman Jakobson. Este libro está consagrado a Jakobson, pero lo descubrí por las clases de este inolvidable catedrático, quien me inspiró a estudiarlo. A los dos mi profundo agradecimiento.

Al concluir la redacción de este texto (ensayado en diferentes clases) sabía que iba a escribir estas palabras, signos impresos que trascienden mi ser porque lo había soñado durante años, como había repasado su contenido en numerosísimas ocasiones (y no solo para los cursos universitarios). Finalmente aquí están: el escrutinio a las funciones concebidas por aquel lingüista ruso-estadounidense. Esta es una revisita a su aporte teórico, hilvanada con admiración y aprecio, y con el criterio de compartir reflexiones sobre la comunicación y sus funciones con alumnos y profesores de la academia guatemalteca. Ese es el otro ingrediente de este libro: comunicación sobre la comunicación. En esencia este libro es metalingüístico en sí mismo. Al leerlo se entenderá por qué lo he denominado así. Y esta presentación tiene el mismo concepto.

Por otro lado, la semiótica, esa extraordinaria ciencia que visibiliza lo oculto, lo aparente y que permite el discernimiento simbólico, el redescubrimiento del sentido, el desocultamiento de los significados profundos, se convirtió en mi pasión intelectual en los últimos años y ha sido la responsable de expandir mis conocimientos a otros niveles. De suerte que sin apoyarme en conocimientos semióticos, no hubiera sido posible escribir este libro. Ese conjunto de teorías a veces contradictorias y hasta oscuras, pero esclarecedoras del mundo sígnico en que vivimos, es otro ingrediente que da sentido al texto.

La producción de este libro también está condimentada por numerosas manifestaciones de afecto que se terminan de cocinar –a fuego lento– con varios agradecimientos. Con sabor institucional, al Departamento de Ciencias de la Comunicación de la Facultad de Humanidades de la Universidad Rafael Landívar. Este componente tiene una múltiple concurrencia femenina: a Mgtr. Nancy Avendaño, hoy exdirectora del departamento, a Mtgr. Hilda Caballeros de Mazariegos, hoy exdecana de la facultad –quienes autorizaron inicialmente este proyecto–. Y a la vicerrectora de esta casa de estudios, Dra. Lucrecia Méndez de Penedo. A ellas mi gratitud por permitirme concretar este sueño. Hoy es una realidad gracias a estas funcionarias, o entonces funcionarias landivarianas. Sería injusto no destacar la labor de revisión crítica de este texto y los sabios consejos de mi estimada colega y amiga Lcda. Nancy Arroyave. Además de expresar un agradecimiento especial a Mgtr. Miriam Madrid, actual directora del Departamento de Ciencias de la Comunicación,

en quien deposité estas inquietudes editoriales, con toda seguridad y confianza, para que hoy se materealicen. Fue una alegría contar con su eficiente capacidad de gestión desde la primera versión de este texto.

Y el corolario femenino es para mi esposa Lcda. Silvia Milla de Mac Donald. Su mano invisible está presente en cada letra, en cada página. Por su apoyo incondicional como compañera de vida, gracias eternas.

También me corresponde hacer una especial mención a los profesionales de la Editorial Cara Parens: Pedro Luis Alvizurez Molina (coordinador de diseño gráfico), Michelle García Alegría (diseñadora, diagramadora e ilustradora) y Angel Mazariegos Rivas (editor y corrector) por la dedicación y cuidado en la elaboración de este texto. Por su compromiso con la calidad editorial, merecen mi reconocimiento y gratitud.

Finalmente, en la última década he desarrollado una carrera profesional como docente y académico de la comunicación en esta universidad jesuita, por lo que me agrada resaltar que en este espacio la libertad de cátedra es un verbo que conjugamos a diario, en cada aula, en cada curso que ofrecemos los catedráticos. Esto también se debe agradecer porque estamos confiados en el ideal cristiano de buscar la verdad y compartirla, reflexionar sobre la realidad nacional y buscar transformar para convertirla en una sociedad con justicia y equidad. Para nosotros es imperativo hacerlo desde las aulas, y contribuir a crear mentes críticas. Queremos una juventud proactiva, no con ideas deshumanizantes, víctimas de consumos desenfrenados. Porque para eso también está la comunicación, para activar las referencias más creativas de la humanidad que permitan la construcción de una Guatemala menos desigual, diferente a la que actualmente nos cobija.

Ramiro Mac Donald
Guatemala, 2017



CAPÍTULO I

BIOGRAFÍA MÍNIMA DE ROMAN OSIPOVICH JAKOBSON



OBJETIVO GENERAL

Acceder a los aspectos biográficos más relevantes del lingüista y teórico de la información Roman O. Jakobson.



OBJETIVOS ESPECÍFICOS

Descubrir la trayectoria intelectual de Jakobson por varios países (desde su natal Rusia, pasando por diversas ciudades de Europa, hasta su trabajo cimero en Estados Unidos).

Identificar el listado más relevante de su obra bibliográfica.

1.1. LA LITERATURA, SU PRIMER AMOR

Roman Osipovich Jakobson (en ruso Ромán Óсипович Якобсón) nació en Moscú el 11 de octubre de 1896. Originalmente este apellido se asentaba, en caracteres latinos con «y», pero en lengua inglesa pasó a escribirse con j, posiblemente para evitar dificultades en la pronunciación. En castellano se acostumbró a escribir su apellido con J aunque también se pronuncia con «y» (yácobson).

Fue en la escuela secundaria donde un profesor de Jakobson influyó profundamente en su gusto por la literatura (en particular por la poesía). Esta rama del arte se convirtió en una de sus grandes pasiones, a la cual dedicó gran parte de su vida y alrededor de la cual desarrolló buena parte de su trabajo intelectual. Sus primeros acercamientos académicos fueron con los llamados simbolistas rusos y los poetas futuristas de aquel país, que entonces estaba viviendo una gran agitación política por esos días.

«Infoamérica»¹ (s. f.c) señala que Jakobson, antes de graduarse, cuando apenas tenía 18 años, promovió la creación del Círculo Lingüístico de Moscú,

1 «Infoamérica». **El portal de la comunicación.** Es una plataforma multimedia especializada en temas de comunicación. Tiene numerosos y valiosísimos documentos elaborados por especialistas en el área, además de biografías de autores relevantes. Es una fuente confiable de consulta.

en 1915, y también la Sociedad para el Estudio del Lenguaje Poético de Leningrado «Opoyaz», 1917. Ambas entidades jugaron un papel de suma importancia para el desarrollo de un movimiento llamado formalismo ruso, que buscaba la independencia de los estudios literarios y darle relevancia a las investigaciones lingüísticas. En sus primeros años, Jakobson centró su interés en la filología eslava y la lingüística comparada, cuando estudiaba en el Instituto Lazarev de Lenguas Orientales. Posteriormente comenzó una fructífera y larga relación con el fonólogo Nicolai Trubetskoi, y la fonología se convirtió en una de las especializaciones que Jakobson promovió profesionalmente. En este campo realizó numerosos trabajos que le concedieron reconocimiento mundial.

En 1920 se trasladó a Checoslovaquia y promovió la creación del Círculo Lingüístico de Praga, dando clases de literatura en las universidades de Praga y de Brno. En la primera ciudad obtuvo un doctorado diez años después. El portal «Infoamérica» (s. f.c) señala que en 1928 presentó, en el Primer Congreso Internacional de Lingüística, celebrado en La Haya, un programa de lingüística funcional y estructural con especial énfasis en la fonología y los sistemas fonemáticos.

En 1939, Hitler envió tropas alemanas a invadir Checoslovaquia y, Jakobson, por ser de origen judío tuvo que huir hacia Escandinavia, donde estableció contacto con el destacado lingüista danés Louis Hjelmslev, creador del concepto de los planos de la expresión y el contenido de los signos, conocida como glosemática. Jakobson también impartió docencia en las universidades de Copenhague, Oslo y Upsala. Fueron pocos pero muy intensos esos años en los países nórdicos. Cuando las tropas alemanas amenazaron Suecia, tuvo que huir nuevamente.

1.2. HACIA SU NUEVA CASA: ESTADOS UNIDOS

En 1941 llegó a Estados Unidos donde fue cofundador del Círculo Lingüístico de Nueva York, que se convertiría más adelante en la prestigiosa entidad mundial Asociación Internacional de Lingüística. También se le atribuye ser el fundador de la prestigiosa revista *Word*. Por esos años, Jakobson trabajó cercano a lingüistas exiliados en la francófona École Libre de Hautes Études, donde colaboró con el estructuralista francés Lévi-Strauss y se acercó a figuras como Benjamin

Whorf, Thomas Sebeok y Franz Boas, según «Infoamérica» (s. f.c). Se considera que debido a la cercanía con Lévi-Strauss, Jakobson bien pudo haber influido en el pensamiento estructuralista que asumió en el campo de la antropología este intelectual francés. Muy parecida influencia fue la que ejerció en la psiquiatría moderna, por su estrecha relación con el posestructuralista Jaques Lacan, estima «EcuRed» (s. f.). Como se puede notar, la impronta de Jakobson en el mundo de la cultura y las corrientes científicas de su tiempo fue profunda y diversa.

Tres instituciones más le abrieron sus puertas en Estados Unidos, pues en las universidades de Columbia y Harvard, así como en el Instituto Tecnológico de Massachusetts, desarrolló numerosos trabajos de investigación. Se señala que su producción intelectual abarca 475 títulos, de los que 374 son libros o artículos, y 101 son textos diversos (poemas, prefacios, introducciones o artículos periodísticos). Además, buena parte fueron realizados en colaboración con múltiples autores. Hasta 1939 se ocupó principalmente de la poética y de la teoría de la literatura. En su estadía en suelo estadounidense dominó su preferencia por el campo lingüístico («EcuRed», s. f.).

Muchas de sus obras fueron elaboradas junto a una veintena de especialistas en antropología, patología del lenguaje, estilística y teoría de la información, áreas en las que se puede afirmar que incursionó con éxito. Pero ya Jakobson había sido pionero en los estudios de la fonología diacrónica desde 1931. Se recuerdan también sus investigaciones sobre el lenguaje infantil, consideradas innovadoras, pues destacó el papel universal que tienen las consonantes nasales y oclusivas.

Sus aportes a los estudios de las afasias despertaron apasionado interés entre neurólogos y psiquiatras, lo que permitió renovar las investigaciones en este campo. Las afasias son las alteraciones del lenguaje producto de lesiones cerebrales especiales u otra enfermedad. El nombre de Jakobson estará por siempre ligado, dado sus brillantes aportes, al descubrimiento de los trastornos lingüísticos.

«Infoamérica» (s. f.c) destaca el valor que tiene este prodigioso autor, al señalar que:

La integración multidisciplinar de Jakobson, especialmente en los planos de la lingüística, la antropología y la teoría de la información. Estudia los planteamientos fundacionales de la teoría matemática de la información

de Shannon y Weaver y retoma y completa los análisis de Karl Bühler. Define así un modelo sobre los factores de la comunicación y las funciones del lenguaje, que aparece publicado por vez primera en el trabajo *Closing Statements: Linguistics and Poetics*. (párr. 3)

Según la misma fuente, este trabajo es un modelo lineal que se hunde en las raíces de los fundadores de la teoría matemática de la información, donde no se asigna al receptor una clara capacidad diferencial de interpretación de los mensajes. En 1958, Jakobson, como un aporte a la teoría de la información, inicialmente describió los seis factores que conforma el proceso de la acción comunicativa (emisor, receptor, mensaje, canal, código y contexto) y les atribuyó seis funciones del lenguaje: emotiva, conativa, referencial, metalingüística, fática y poética. Una para cada factor. Esa es la esencia de su tesis, pues logró complementar el modelo del académico alemán Karl Bühler, que era muy conocido entre lingüistas y psicólogos. Pero dicho esquema solo presentaba tres elementos, inspirado en ideas griegas.

Jakobson había articulado su trabajo desde mitad del siglo XX y Gisela Mancuso, en un ensayo sobre la comunicación verbal, expresó que fue invitado al Congreso de Lingüística en 1960, realizado en la Universidad de Indiana, Estados Unidos. Su ya célebre ponencia fue traducida al francés como *Essais de linguistique générale*, de allí tomó su nombre el libro publicado en español: *Ensayo de lingüística general*. Este documento lo convirtió en uno de los teóricos de la comunicación más conocidos en todo el planeta.

El tema que abordó en dicho conclave fue la poética, desde el funcionamiento de la lengua. Según Mancuso (s. f.), Jakobson aprovechó el esquema elaborado en la ingeniería de las comunicaciones (Shannon y Weaver) para replantear la ubicación de la función poética de la lengua, porque algunos teóricos la confundían con la función denominada emotiva. Incluso, los críticos de esa época no percibían cuándo la función poética aparecía en textos o discursos distintos a los literarios, que representa uno de sus más importantes fundamentos teóricos, pues la literatura busca la belleza en la expresión del texto.

Mancuso (s. f.) considera que:

Las conclusiones teóricas del autor fueron más allá, aproximaron un punto de partida básico para considerar los elementos mínimos de cualquier intercambio discursivo; aunque muchos años después, esas conclusiones fueran reformuladas, reconociendo en el acto de comunicación algo más que la transmisión libre de un mensaje. (párr. 3)

Roman Jakobson fue presidente de la Sociedad Lingüística Americana en 1956; recibió el Premio Internacional de Filología y Lingüística, y el Premio Hegel en 1980. Falleció en Boston, Estados Unidos, el 18 de julio de 1982, un poco antes de cumplir 86 años. Muy pocos autores han tenido el privilegio académico de haber sido nombrados con el grado de emérito de universidades como Harvard y el Tecnológico de Masachusetts. Al morir, ostentaba ambos títulos honoríficos como un reconocimiento en vida al aporte que hizo a la humanidad durante el siglo XX.

Su obra ha trascendido el tiempo y ha sido traducida a muchos idiomas. Sus contribuciones teóricas fueron extraordinarias y están esparcidas por diversos campos del saber, pasando por las patologías del lenguaje, la estilística, el folclor y la teoría de la información. La comunicación, en particular, estará siempre en deuda con sus esfuerzos, estudios e investigaciones. El autor de este libro rinde un sentido homenaje a su memoria, rescatando su más valioso legado en relación al proceso humano de la comunicación y su funcionamiento.

Al coincidir con el criterio del reconocido estudioso de la lengua Hernán Urrutía-Cárdenas, destaca la importancia de este conocimiento. Acentúa que «El esquema de Roman Jakobson es aplicable a toda situación lingüística, sea real o ficticia. De cada una de los factores de la comunicación de Roman Jakobson se despliega una función concretizadora y específica» (1979, p. 192).

1.3. ALGUNAS DE SUS OBRAS MÁS DESTACADAS

1. (1929). *Notas sobre la evolución fonológica del ruso comparada con la de otras lenguas eslavas*.
2. (1931). *Principios de fonología histórica*.
3. (1936). *Contribución a la teoría general de los casos*.
4. (1938). *Sobre la teoría de las afinidades fonológicas entre las lenguas*.
5. (1941). *Lenguaje infantil, afasia y leyes fonéticas generales*, Upsala, 1971. (Trad. *Lenguaje infantil y afasia*).
6. (1950). *Las categorías verbales*.
7. (1956). *Fundamentals of Language*, La Haya, con Morris Halle, 1976. (Trad. *Fundamentos del lenguaje*), Ciencia Nueva.
8. (1960). *Linguistics and Poetics: Closing Statement*. En *Style in Language*, Thomas Sebeok, ed., 1974. (Trad.: *Estilo del lenguaje*). Madrid, Cátedra.
9. (1963). *Essais de linguistique générale*, París. 1963. (Trad.: *Ensayos de lingüística general*). Colección de once de sus artículos elaborados en Estados Unidos y posteriores a 1950.
10. (1973). *Essais de linguistique générale, II*. París, continuación del anterior.
11. (1973). *Questions de poétique*, Seuil. (Trad.: *Ensayos de poética*). Fondo de Cultura Económica, 1973 o 1977.
12. (1976). *Nuevos ensayos de lingüística general*. Trad. cast. de T. Segovia. México: Siglo Veintiuno Editores (Lingüística).
13. (1977). *El caso Maiakovski*, Icaria.
14. (1977). *Ensayos de poética*. Madrid: Fondo de Cultura Económica.
15. (1980). *Dialogues, Flammarion*. Trad.: *Lingüística, poética, tiempo, crítica*, 1981, or. 1980, importante entrevista con Krystina Pomorska.

16. (1980). *Fundamentos del lenguaje*. Madrid: Ed. Ayuso y Pluma.
17. (1981). *Ensayos de lingüística general*. Barcelona: Seix Barral.
18. (1981). Lingüística y poética. En *Ensayos de lingüística general*. Barcelona: Planeta-Agostini. (Edición original francesa: 1963). Biblioteca breve. Barcelona: Editorial Seix Barral, S. A.
19. (1986). *Russie folie poésie*, Seuil, 1986, presentados por Tzvetan Todorov.
20. (1987). *La forma sonora de la lengua* (en conjunto con Linda Waugh), México, Fondo de Cultura Económica.

1.4. ROMAN JAKOBSON EN LA WWW

En esta era digital, personas que admiran a este autor han abierto en Facebook, una página dedicada a su aporte intelectual (*fan page*). La página está cargada de interesantes fotografías que hoy se pueden compartir por todos los interesados.

Esta es la dirección:

<https://www.facebook.com/pages/RomanJakobson/182473871813516?sk>

Este libro es un agradecimiento y sincero homenaje a su legado, en especial al área de la comunicación.

PREGUNTAS DE REPASO

1. Lugar y fecha de nacimiento de Roman Jakobson.

2. Antes de trasladarse a vivir a Estados Unidos de América, ¿en qué países trabajó y cuáles fueron las organizaciones que Roman Jakobson cofundó?

3. ¿En cuáles universidades trabajó en Estados Unidos y cuál fue el reconocimiento que le dieron en vida?

4. Lugar y fecha de su fallecimiento.

5. ¿Cuál considera que es su máximo aporte?

CAPÍTULO II

ANTECEDENTES HISTÓRICOS DE LAS FUNCIONES DE LA COMUNICACIÓN

Fotografía 1. Retrato de Roman Jakobson



Fuente: «Wikipedia» (s. f).



OBJETIVO GENERAL

Conocer el contexto histórico, social e intelectual en el que fueron formuladas las funciones de la comunicación, por parte de Roman Jakobson.



OBJETIVOS ESPECÍFICOS

Ampliar conocimientos en torno a cómo se fue gestando el interés en el mundo, por la comunicación como ciencia, desde mediados del siglo pasado.

Valorar los aportes de Roman Jakobson como lingüista en el marco de la historia de las ciencias sociales, y la humanización de los conceptos del proceso de comunicación.

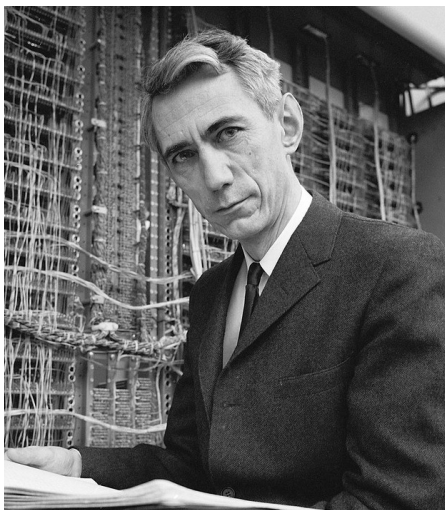
2.1. MARCO HISTÓRICO DE LAS FUNCIONES DE LA COMUNICACIÓN

Para comprender el histórico papel que tuvo la teoría de la información, y su influencia en Jakobson, es importante volver los ojos a las inquietudes de un joven matemático, pariente lejano de Tomás Alva Edison, por quien se sintió inspirado.

Claude Elwood Shannon nació en 1916. A los veinte años se graduó de ingeniero eléctrico en la Universidad de Michigan, Estados Unidos. Obtuvo una maestría en Ciencias y después un doctorado en Matemáticas en el Instituto Tecnológico de Massachusetts. En 1941 ingresó a los prestigiosos Laboratorios Bell, de la empresa AT&T, donde numerosos investigadores desplegaban una intensa exploración sobre la aplicación tecnológica para desarrollar las telecomunicaciones y, en 1948, publicó en la revista de esta empresa dos artículos en los que planteaba las bases de una nueva teoría de la comunicación, que revolucionó la academia y el mundo industrial de todo el globo.

Fotografía 2

Claude Shannon es conocido como el padre de la era de la información



Fuente: Eisenstaedt (2016).

Fotografía 3

Retrato de Warren Weaver



Fuente: «It's in the Blood!» (1960).

En 1948, de la imprenta de la Universidad de Illinois salió publicado el libro *The Mathematical Theory of Communication*, escrito por Claude Shannon. Por su parte, el sociólogo Warren Weaver (1894-1978), quien era directivo del Instituto Rockefeller, redactó un ensayo titulado *Recent Contributions to the Mathematical Theory of Communication*. Ambos textos se publicaron juntos, aunque inicialmente un artículo de Shannon había visto la luz pública meses antes, en una revista de los Laboratorios Bell, donde trabajaba. Al publicarse, esta vez en forma conjunta, «dieron lugar a un pequeño libro que tomó el título del primero de ellos. De este modo, la unión de dos textos y de dos disciplinas diferentes produjo una obra de referencia duradera en el campo de la comunicación», destaca el profesor chileno Ricardo López (citado en Moreno y González, 2005, p. 3).

De este texto conjunto surgió la denominada teoría de la información o la teoría matemática de la comunicación y el portal digital «Infoamérica» la designa como la carta magna de la era de la información. De allí la importancia del modelo de Shannon y Weaver, como se le conoce al esquema que representa a este proceso planteado por ambos científicos: uno muy joven y el otro de gran experiencia y prestigio. A estos autores se debe el «esquema lineal de la comunicación, en el que se define la secuencia: fuente, transmisor, canal, ruido, receptor y destino. Aportaciones que posteriormente dieron mucha mayor proyección al esbozo teórico inicial, incluso con un acercamiento al campo de las ciencias sociales», señala «Infoamérica» (s. f.d, párr. 7). El indiscutible éxito a nivel mundial de este modelo se debió a que Shannon y Weaver estaban en total sintonía con el esquema «estímulo-respuesta» de la corriente conductista, tendencia psicológica dominante desde principios del siglo XX en Estados Unidos de América.

El esquema planteado por Shannon y Weaver fue, por lo tanto, de una notable simplificación conceptual. El profesor López (citado en Moreno y González, 2005) sin embargo, anota: «La teoría de la información es con toda propiedad una teoría de la transmisión, pero incapaz de servir de marco explicativo para una experiencia social como es la comunicación interpersonal» (p. 6).

Es bueno recordar que desde la Antigua Grecia, Aristóteles había planteado que la retórica estaba integrada por tres elementos: el locutor, el discurso y el oyente. Y proclamó que esta técnica busca la persuasión por todos los medios posibles.

Ante ese planteamiento, se puede afirmar que la comunicación ha estado ligada estrechamente al concepto de ejercer influencia sobre quien la recibe. Desde esos tiempos, la persuasión se desplegaba sobre el auditorio presente, aquellos que escuchaban las piezas de oratoria en las plazas públicas. Desde los inicios del siglo XX, la comunicación ha buscado establecer dicha influencia sobre grandes públicos receptores (masivos) en esta sociedad mediática. En tanto, internet es considerado hoy como la plaza pública electrónica en la modernidad digital. Es enorme la influencia que ejerce sobre sectores específicos o segmentos de audiencias, porque logra alcanzar grandes públicos de todo el mundo, potencialmente hablando.

Rodrigo (1993) señala que: «el esquema E-R (Emisor-Receptor) fácilmente se puede convertir en el modelo canónico de la comunicación E-M-R que ha dominado largamente la teoría de la comunicación funcionalista» (p. 4). Y recuerda que las corrientes funcionalistas y conductistas de la sociología y de la psicología social cayeron bajo el hechizo tan económico y simplista de dicho modelo de la comunicación. Las tres letras E-M-R (emisor-mensaje-receptor) fueron ampliamente aceptadas, porque el fenómeno de la comunicación estaba dando saltos cuantitativos y acelerados en todo el planeta, y se convertía en tema de discusión en todas las esferas: tanto académicas, como fuera de los ámbitos universitarios, pero particularmente en los medios informativos.

A mediados del siglo pasado, la comunicación se había transformado en novedad por sí misma. Este esquema lineal era excesivamente simple; hasta lo acusaban de reduccionista, y por lo práctico y sintético, se convirtió en muy popular: tres simples letras para designar (supuestamente de manera científica) al proceso de la comunicación. Un tema que se convirtió hasta en una moda, pues todo mundo hablaba de ella.

Weaver (citado en «Infoamérica», s. f.d) consideraba que el diseño que ellos dieron a conocer era aplicable a todas las formas de comunicación, porque definía:

Tres planos o niveles en los que se superpone el hecho comunicativo: técnico, semántico y pragmático. El técnico hace referencia a la bondad, capacidad y precisión del emisor para enviar un mensaje; el

semántico advierte sobre el significado e interpretación de los mensajes, y el pragmático se ocupa del efecto alcanzado, de la efectividad de la comunicación. (párr. 7)

Era notorio que a esta simplicidad teórica también se le podía encontrar una fundamentación en la búsqueda de la efectividad del mensaje, como era su intención final, conforme las ideas de la corriente funcionalista. Rodrigo (2002) interpreta este esquema como la diferenciación, en la comunicación, en tres niveles de problemas:

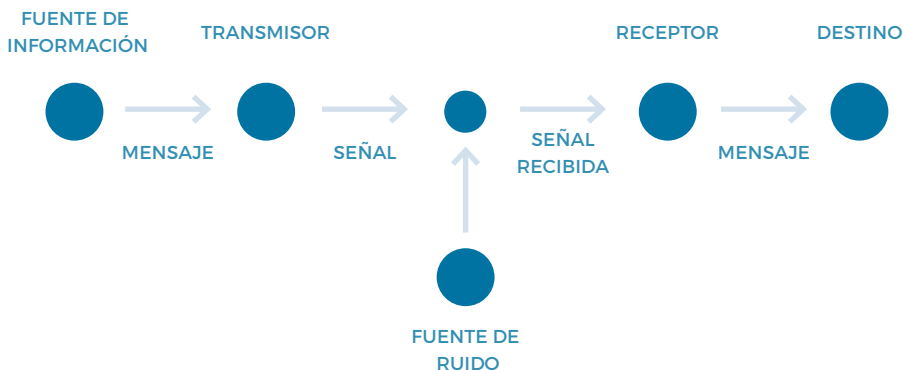
1. Problema técnico: ¿con qué precisión se pueden transmitir los símbolos en la comunicación?
2. Problema semántico: ¿con qué precisión los símbolos son recibidos con el significado deseado?
3. Problema de efectividad: ¿con qué efectividad el significado recibido afecta a la conducta del receptor en el sentido deseado? (p. 2)

En aquellos momentos en que se dio a conocer la teoría de la comunicación, los temas técnicos eran los que le interesaban a los investigadores de la comunicación de la época, por eso la precisión y la efectividad representaban el verdadero surco de quienes estaban en esa línea de acción. Rodrigo (2002) recurre a Weaver para señalar que interesaba conocer la cantidad de información, la capacidad del canal de comunicación, el proceso de codificación que puede utilizarse para cambiar el mensaje en una señal y los efectos del ruido. Según este autor, los aportes de ambos teóricos matemáticos le permitieron a la comunicación dar un salto cualitativo en el campo de las ciencias y consolidar su prestigio en todo el mundo, un mundo que empieza a ser pequeño e interconectado gracias a la propia comunicación.

Por otro lado, según el portal «Comunicólogos» (s. f., párr. 7), «la importancia del modelo de Jakobson está, a pesar de la influencia de la teoría matemática de la comunicación, en que el mensaje ya no se considera como una mera transmisión de información».

2.2. MODELO LINEAL DE LA COMUNICACIÓN

Gráfica 1. Esquema presentado por Shannon y Weaver en 1981



Fuente: Shannon y Weaver, en Rodrigo (2011).

Rodrigo (2002) hace una interpretación del esquema lineal presentado por Shannon y Weaver, de la siguiente forma:

Como puede apreciarse el proceso de la comunicación se inicia en la fuente del mensaje que es la que genera el mensaje o mensajes a comunicar. La fuente de información selecciona a partir de un conjunto de posibles mensajes el mensaje escogido. A continuación, el transmisor opera sobre el mensaje y lo codificará transformándolo en señal capaz de ser transmitida a través de un canal. El canal es simplemente el medio utilizado para la transmisión de la señal desde el transmisor hasta el receptor. Es el medio que permite el paso de la señal, y es precisamente en el canal donde puede incidir la fuente del ruido. Es posible que en el proceso de transmisión de la señal, a través del canal, se agreguen a ésta una serie de elementos que no son proporcionados intencionalmente por la fuente de la información, esto es el ruido. Cuando la señal es recibida por el receptor se lleva a cabo la operación inversa a la del transmisor reconstruyendo el mensaje a partir de la señal. El receptor recibe la señal

y la transforma de nuevo a su naturaleza original de mensaje, al que se habrá podido añadir eventualmente los ruidos anteriormente señalados. El destino es el punto final del proceso de la comunicación. El destino es el ente al que va dirigido el mensaje. Lo importante en este modelo es que la señal se descodifique en el transmisor de forma adecuada para que el mensaje codificado por el emisor sea el mismo que es recibido por el destino. (p. 3)

2.3. LA INGENIERÍA DE LAS TELECOMUNICACIONES

Muchos estudiantes desconocen el contexto sociohistórico de cómo se llegó a la formulación de este esquema, por eso en este libro se retoman los conceptos del profesor Calvelo (2002), quien recuerda que este novedoso paradigma de pensamiento científico implicaba reconocer un nuevo modelo en la teoría de la información, que se había generado en el marco de intensas investigaciones multidisciplinarias de científicos estadounidenses. Ellos buscaban afanosamente cómo mejorar las condiciones de transmisión/recepción de mensajes en clave, a través de las antiguas y ruidosas radios de bulbos que habían sido instaladas en los aviones bombarderos de la Segunda Guerra Mundial. Rodrigo (2002), por su parte, señala que la teorización del concepto de comunicación surgió de la combinación del cálculo de las probabilidades, la estadística y la teoría de los juegos de estrategia, en su plano más teórico, pero basada en la ingeniería de las telecomunicaciones. Esta disciplina buscaba encontrar la fórmula de hacer pasar, a través del canal, la máxima información con mínimas interferencias y la mayor economía posible en tiempo y energía. Estos científicos encontraron que la mejor forma para establecer si los aviones de combate habían recibido con eficacia el mensaje (de la base aérea) era volver a repetirlo, dando pie al concepto de alimentación de retorno, retroalimentación o *feedback*, en inglés.

Shannon y Weaver, como matemáticos, buscaban una aplicabilidad universal y repetible de su modelo (Rodrigo, 2002) y su propuesta teórica poseía todas esas características. Es decir, se buscó convertirlo en un esquema científico paradigmático, y si el modelo tuvo tanta influencia fue debido a la enorme flexibilidad de extrapolarlo a otras situaciones de comunicación. Representaba un modelo comunicativo sencillo y elemental, tanto así que logró introducir

–en el mundo científico del momento– una conceptualización totalmente distinta de lo que se conocía como información. Se les reconoce a estos dos norteamericanos haber introducido al lenguaje científico (y popular), gran cantidad de términos que causaron un profundo impacto desde la novedosa teoría de la comunicación; ejemplo: entropía, ruido, bit, etc. Pero en realidad, dicha fórmula había sido concebida como un concepto en un marco conceptual de los físico-matemáticos. En especial, habrá que recordar que Shannon tabajaba para Bell Thelephone Laboratories. Otros científicos de la comunicación de ese momento, por ejemplo Lasswell, enmarcaban sus planteamientos en los campos sociológicos o antropológicos. El profesor López recuerda que McLuhan –años después– consideró este modelo como lineal, secuencial y lógico, acusándolo de haberse convertido de forma privilegiada en un referente de los estudios de comunicación en occidente. Añade que su terminología es pegajosa y de fácil aplicación, pero «que más que ayudarnos a reconocer y comprender la profundidad de la comunicación como fenómeno psicológico y social, nos ha mantenido alejados de ella» (citado en Moreno y González, 2005, p. 9), porque descontextualiza el proceso de la comunicación al aislarlo de la realidad humana. Es un esquema que funciona perfectamente para una transmisión telefónica. Y es bueno recordar, también, que era una explicación del proceso de comunicación para los circuitos electrónicos.

Por ejemplo, para Rodrigo (2002), algunos puntos de este esquema lineal de la comunicación fueron criticados por especialistas, como los semiólogos que consideraron que no tomaba en cuenta ciertos elementos que están en juego en un proceso de comunicación, como la proximidad o los signos de gestualidad que acompañan al intercambio humano, por lo que sería aplicable solamente para autómatas o máquinas, no para sujetos competentes que pueden variar de opinión en pocos segundos. Años más tarde, Umberto Eco –citado por el mismo autor– pondría de manifiesto que el proceso de comunicación debe tomar en cuenta otros factores como los subcódigos, que muchas veces determinan la efectividad para lograr la decodificación de los mensajes. Pero en los años en que Shannon y Weaver desarrollaron su planteamiento, el efecto fue arrollador. Casi como una bola de nieve rodando por el mundo entero. Por eso se ha buscado ponderar la validez plena de este esquema, excesivamente simplificado.

2.4. LA CIBERNÉTICA Y LAS GUERRAS MUNDIALES

Entre tanto, el matemático norteamericano Norbert Wiener (1894-1964) profesor de Shannon en Massachusetts, había desarrollado las bases de la nueva ciencia denominada cibernética, un término acuñado por él, basado en un vocablo griego que significa timonel. Esta ciencia fue concebida como la disciplina del control y la comunicación en el animal, también aplicable para las máquinas. Wiener era el director de un destacado grupo de científicos en el que también participaron el neurofisiólogo mexicano Arturo Rosenblueth, el psicólogo Kurt Lewin, antropólogos como Margaret Mead y Gregory Bateson, así como muchos intelectuales sobresalientes de la época, que tuvieron relación con las fundamentales investigaciones en el campo de la comunicación para el gobierno norteamericano.

Wiener ya había trabajado para la Fuerza Aérea estadounidense en proyectos para predecir los disparos de las baterías y la trayectoria de los bombarderos, en proyectos de balística en la Primera Guerra Mundial, en el campo de pruebas de Aberdeen y Maryland. Posteriormente también lo hizo en la Segunda Guerra Mundial. Wiener fue considerado un precursor de los teóricos de las redes y del espacio virtual de la comunicación, es decir internet. Ya en 1942, había propuesto la organización de la sociedad en torno a la comunicación, con la siguiente frase: «La sociedad está contenida en su totalidad en los mensajes que circulan en su seno», señala «Infoamérica» (s. f.b, párr. 5). El ser humano, consideraba Wiener, se distingue por su condición comunicante. En el siguiente texto es posible dimensionar lo avanzado de su pensamiento:

La cibernética se presenta como un paradigma científico capaz de explicar los conceptos básicos de las ciencias materiales, como una estructura de conocimientos lógico-formal, cuyo axioma central entiende que todo fenómeno del Universo es consecuencia de procesos de comunicación, que alcanza a todos los elementos y variables que lo componen el sistema universal y sus subsistemas. («Infoamérica», s. f.b, párr. 4)²

La cibernética inicialmente se dedicaba a estudiar los procesos de comunicación y control en los seres vivos y en los sistemas automáticos. Buscaba entender

2 El resaltado en la cita fue colocado por el autor.

por qué un «estímulo exterior se transforma en información (*input*) y cómo el receptor reacciona con una respuesta (*output*)» (Rodrigo, 2002, p. 2). Basada en la teoría de las probabilidades, se estudió cómo prever el futuro de un mensaje, partiendo de lo conocido sobre su desarrollo en el pasado. En principio, la nueva ciencia buscaba diseñar un aparato para que la artillería antiaérea localizara las trayectorias de un avión y fuera capaz de predecir su posición futura. Fue una ciencia que marcó lo que serían los estudios y modelos de la teoría de la comunicación. Sus aportes al desarrollo tecnológico fueron determinantes.

El antropólogo Hugo Cadenas (2007), de la Universidad de Chile, refiere un dato interesante que relaciona los temas aquí abordados:

En 1948 –mismo año en que Lévi-Strauss regresaba a Francia a presentar su tesis doctoral en torno a las estructuras elementales del parentesco– Jakobson fue el invitado de honor a la quinta Conferencia *Macy* para discutir en torno a las posibilidades explicativas de los modelos informacionales desarrollados en paralelo por Norbert Wiener, por una parte, y Claude Shannon, por otra. En dicha ocasión, Jakobson afirmó que: «Los conceptos de código y mensaje introducidos por la teoría de la comunicación son mucho más claros, mucho menos ambiguos, y mucho más operativos que cualquiera que pueda ofrecer la tradicional teoría lingüística». (párr. 8)

Es decir, el propio Jakobson confirma que admira el aporte que hicieron Shannon y su colega, aunque lo considera perfectible. De hecho esa sería su misión posterior.

2.5. LOS LINGÜISTAS ENTRAN EN ESCENA

La lingüística fue una disciplina que, desde la brillante irrupción intelectual de Ferdinand de Saussure (1857-1913) a finales del siglo XIX y principios del siglo XX, se ocupó del proceso de comunicación como uno de sus temas y cavilaciones teóricas más relevantes. Sus aportes son tan respetables, que hay un antes y un después del connotado profesor ginebrino. A él se le debe un giro total en los estudios de la gramática, materia que con anterioridad a su irrupción se dedicaba a analizar los procesos de carácter histórico de las palabras. Por su trabajo científico, Saussure es llamado el fundador de la lingüística, pues a través de sus aportes

se alcanzó a conocer la «diferencia entre lengua y habla» («Infoamérica», s. f.a, párr. 6), por lo que es considerado un precursor de la corriente estructuralista en las ciencias sociales. Su concepto de semiología como ciencia de los signos en la vida social, es recordada con gran acierto. Muy pronto, la lingüística se logró emancipar entre las diversas disciplinas gracias a la influencia ejercida por el libro *Ensayo de lingüística general*. Este texto fue publicado en 1916 de manera póstuma por sus alumnos Charles Bally y Albert Sechehaye, quienes, a la postre, se convirtieron en destacados lingüistas, siguiendo el camino de su maestro. La herencia de Saussure aún hoy impacta en el mundo académico.

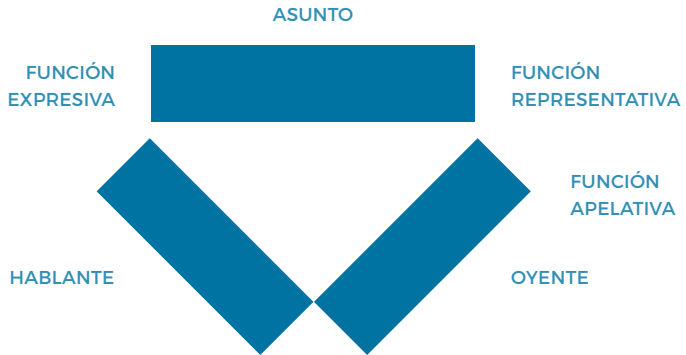
El portal «EcuRed» señala que a Saussure (s. f.):

Se le debe también la definición del signo lingüístico como combinación de un significante con un significado de carácter discreto, segmentable o aislable, como las dos caras inseparables de 1 folio, tienen valor en un sistema de combinaciones, igual que las piezas de ajedrez de los juegos, no importa si de cristal o de marfil, valen por el valor o valores que se les asignan en el juego, así como la distinción entre sincronía | diacronía de la lengua. (párr. 10)

2.5.1. UN ALEMÁN EXILIADO DE CHECOSLOVAQUIA

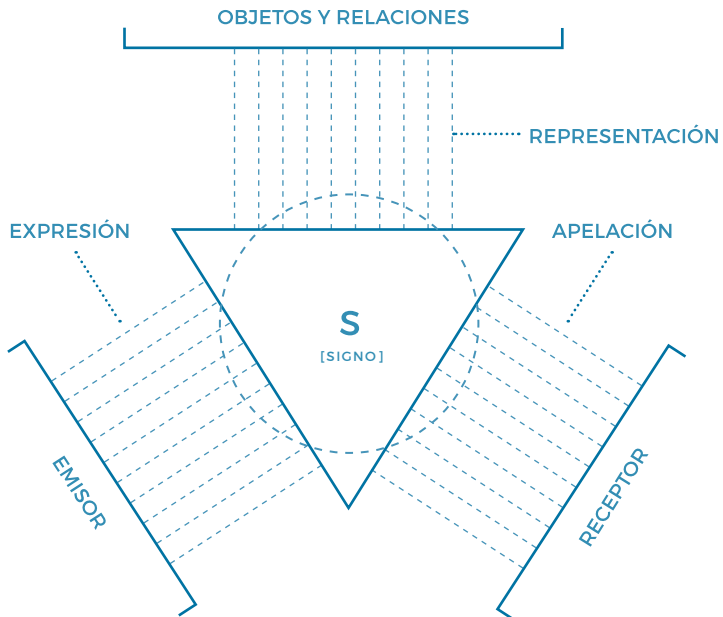
La teoría lingüística se desarrolló con gran autonomía en los primeros años del siglo XX, y el psicólogo y lingüista germano Karl Bühler (1879-1963) fue uno de los primeros en teorizar sobre las funciones del lenguaje, antes de mediados de siglo pasado. Durante muchos años su teoría se convirtió en la base moderna para realizar análisis científicos utilizados por lingüistas y psicólogos de todo el mundo. Este pensador alemán planteó que el lenguaje se organiza en una tríada de elementos que correspondían a lo que denominó los tres polos de la comunicación: hablante, oyente y asunto o cuestión. Según Bühler (1985), esto le permitía al ser humano generar las tres grandes funciones básicas del lenguaje: expresión, apelación y representación (o descripción), formando un modelo tripolar de comunicación lingüística. En forma simplificada su tesis fue la siguiente:

Gráfica 2. Adaptación del esquema o modelo tripolar de Karl Bühler



Fuente: Bühler (en Dinamarca, 2007).

Gráfica 3. Modelo tripolar de Bühler



Fuente: Bühler (1985, p. 42).

- La función expresiva: que depende del emisor y es el síntoma de su vida interior. Esta función representa al mundo emocional del emisor. Le permite expresar sentimientos y emociones íntimas.
- La función apelativa: es una función que sirve de señal para el receptor, utilizada en la propaganda y la publicidad. Actúa sobre el oyente, buscando influir en su comportamiento. Apelar es una forma de requerir o demandar. La palabra en sí misma genera conocimiento.
- La función representativa: se utiliza para comunicar simbólicamente las cosas, o sea, es aquella función que permite transmitir los conceptos.

En esta misma línea de pensamiento, Bühler definió al lenguaje como un «órganon», es decir, como un sistema, en cuanto conjunto de relaciones que componen un todo coherente. Ese órganon sirve para comunicar a otra u otras personas «algo» sobre las cosas a través de un fenómeno perceptible por los sentidos, que es la enunciación. Las ideas de Bühler eran conocidas y aceptadas en el seno del Círculo de Praga, donde las había conocido Roman Jakobson años antes de salir de la capital checoslovaca rumbo a EE. UU., luego de la invasión alemana.

2.5.2. EL FUNCIONALISMO Y LOS LINGÜISTAS

Tanto Bühler como Jakobson pertenecían a la corriente denominada estructuralismo lingüístico. Según Becker (2002, párr. 4) «el funcionalismo es una de las escuelas dentro del estructuralismo lingüístico que surgieron entre las dos guerras mundiales». Junto a esta corriente académica están la glosemática y el descriptivismo americano, las tres influidas por la obra de Ferdinand de Saussure. Este grupo académico trabajó para que se considerara a la lingüística como una ciencia independiente, un carácter de total autonomía que no se le concedía por esas fechas.

El signo lingüístico fue la base de estas teorías de esos años, como apasionados herederos saussureanos, Becker (2002) cita a Trnka *et al.*, para señalar claramente que los lingüistas funcionalistas entienden la lengua como: «un sistema de medios de expresión apropiados para un fin» (párr. 5).

El lenguaje es propio de los hombres. Mediante este se representa el mundo y se proyecta en él. Es uno de los fundamentos de la vida social. Como es un fenómeno de gran complejidad, ha sido sumamente difícil acercarse a él desde un punto de vista verdaderamente científico. La lengua representa sobre todo el instrumento de comunicación con los demás, sirve para expresar los pensamientos, deseos, sentimientos y permite influir en otras personas y recibir sus influencias. Como cualquier otro instrumento debe ser cómodo y económico y por eso ha sido moldeado y adaptado a las necesidades de sus usuarios para cumplir cada vez mejor su función. Este es un aspecto que tienen todas las lenguas particulares en común. Al analizar cualquier hecho lingüístico hay que tomar en cuenta su función. (Becker, 2002, párr. 5)

Este párrafo permite entrever el pensamiento de los intelectuales de esa época, enmarcados en la corriente funcionalista, y servirá de marco para referenciar adecuadamente este libro de acercamiento a las funciones de la comunicación. Unas palabras más para complementar esta idea: la lingüística funcional planteaba una serie de preguntas como: ¿qué función cumple cada elemento en la comunicación?, ¿para qué sirve cada uno?, ¿por qué el hablante elige tal elemento o tal estructura y rechaza otro? Desde el punto de vista funcional, el estudio de la lengua no solamente debe restringirse a la descripción de los hechos lingüísticos, siempre deben buscarse explicaciones para estos, considerando las funciones generales que cumple cada uno en el marco del proceso social. La idea de «la función» ya está presente en Saussure cuando declara que la lengua es fundamentalmente un instrumento de comunicación. Este concepto está basado en el diccionario de Ducrot y Todorov (1995).

2.5.3. UN RUSO QUE LLEGÓ DESDE PRAGA A ESTADOS UNIDOS

Roman Osipovich Jakobson ya era un destacado lingüista ruso cuando llegó a Estados Unidos en 1941, procedente de Checoslovaquia. Salió de Praga, huyendo del ejército de Hitler, quienes invadieron con feroces tanques de guerra la bella capital. Jakobson era de origen judío y conocía lo peligroso que eso significaba para su vida. En su juventud había apoyado la fundación del Círculo Lingüístico de Moscú y el de Praga, así como jugado un importante papel intelectual pues ya tenía publicados varios libros en su campo preferido: la poética, y llegaba a

suelo norteamericano –aún– impregnado de la corriente literaria denominada formalismo ruso. Su trabajo integral en el arte y la lingüística en EE. UU., le permitió entrar en contacto con los principales exponentes de la teoría de la información y las corrientes de estudio de la nueva ciencia cibernética, en una amalgama de intereses temáticos. También cofundó el denominado Círculo Lingüístico de Nueva York que se convertiría más adelante en la prestigiosa Asociación Internacional de Lingüística.

Inicialmente, Jakobson tomó el modelo lineal de la información, ideado por Shannon y Weaver, y lo replanteó, denominándolo circuito de la comunicación verbal. Ese esquema de Jakobson consta de seis elementos que llamó factores. Estos son: el **destinador** (emisor), quien emite el mensaje que llega al **destinatario** (receptor). El **mensaje**, que debe hablar de algún tema. Y para que este mensaje se entienda adecuadamente, se hace necesario **un contexto**: entorno de lo cual se habla. Esta palabra no debe confundirse con la idea de las circunstancias que siempre existen alrededor a un hecho comunicativo.

Jakobson consideraba que para asegurar el circuito era necesario que destinador y destinatario compartieran un **código** común; esto permitiría que hubiera comprensión entre ambos. Y con un elemento más, el **contacto** culminaba esta propuesta inicial. El contacto es el medio físico o canal por donde transita el mensaje, pero es, a la vez, el contacto psíquico que la comunicación promueve entre el destinador y el destinatario. Y entonces, este nuevo planteamiento de la comunicación oral había logrado superar el formato lineal y esquemático de Shannon y Weaver. En realidad, era un replanteamiento o una revisión de los factores de la comunicación, basado en ideas de varios autores, pero agregándoles nuevos elementos.

En 1959, Jakobson vuelve a reformular su inicial esquema de las funciones, en el cual mantiene algunos de los criterios fundamentales nutridos por Bühler, que son:

- Que cada factor determina una función.
- Que ninguna función existe en estado puro en el mensaje.
- Que existe un orden jerárquico (de dominación) entre las diversas funciones al leer un mensaje. Es decir, siempre prevalece una función entre todas.

En realidad, el circuito de Jakobson sigue siendo –también– un esquema lineal porque le faltó un elemento que lo completa: el *feedback* o retroalimentación, que no es tomado en cuenta por Jakobson ni por otros científicos, cercanos a estos años. Lo que fue relevante en esa nueva concepción (para la época) era que cada uno de los elementos del circuito de la comunicación verbal, determinaba una función diferente del lenguaje, de acuerdo a la relación que entablaba con ellos el mensaje. Aunque, a la distancia es necesario reiterar que Jakobson no formuló un esquema de la comunicación, sino reveló que cada elemento de esta genera una función lingüística determinada. El hecho de que se pueda extrapolar, lo hicieron sus seguidores. Y hoy sigue siendo vigente, de allí su importancia. En cualquier tipo de comunicación predomina una de las funciones definidas por Jakobson, pero pueden estar presentes todas o casi todas las funciones. Aunque siempre una resulta con más fuerza que las demás.

Entonces, el mensaje es, al final de cuentas, el centro mismo de la comunicación, puesto que no hay proceso como tal si no existe este factor o elemento fundamental. Puede existir un medio listo y disponible para usarse, puede tenerse un código adecuado, pueden existir un emisor y un receptor dispuestos a comunicarse, pero si no hay mensaje a transmitir, simplemente no habrá comunicación. Por eso, según lo planteó Jakobson: la esencia, el centro, el eje fundamental de la comunicación es el mensaje y este es el que determina la relación medular con los restantes factores del proceso, basado en un asunto de funcionamiento o según la posición que juegue cada uno. De allí se derivan las funciones del lenguaje, y es allí –en concreto– donde se materializa el mensaje. Como se comprenderá, estas funciones pueden ser extrapoladas a cualquier proceso comunicativo. Y es acertado utilizarlas para interpretar procesos de comunicación interpersonal, así como en cualquier proceso de información a nivel masivo.

Según Rodrigo (1993), el modelo presentado por Roman Jakobson engrandeció el proceso concebido por Shannon y Weaver, ya que puso de manifiesto la riqueza comunicativa humana, en contraposición a una simple transmisión de información o intercambio de datos. Este era un proceso concebido de manera lineal (el modelo de Shannon y Weaver) que buscaba mejorar un sistema de transmisión de información (desde la base aérea hacia los aviones o desde el

avión bombardero hacia la base). Como se recuerda, la teoría matemática de la información estaba basada en conceptos teóricos y, luego, en la experimentación sobre los procesos de interconexión radiofónicos, en una constante búsqueda de mejorar la calidad de transmisión/recepción entre los radios de los aviones bombarderos y las bases de guerra estadounidenses. A estos experimentos se debieron los descubrimientos matemáticos de Shannon y Weaver, aunque posteriormente Weaver les diera un giro distinto y pudieran ser aplicados a cualquier tipo de proceso comunicativo. Incluso a Weaver se le atribuye la simplificación del esquema inicial y él habría sido el responsable de acercarlo a diversas ciencias sociales, para intelectualizar el tema y sacarlo de su perspectiva eminentemente matemática. Sus amplias explicaciones aparecen en numerosos textos posteriores.

Pero, en todo caso, fue Jakobson quien humanizó este esquema o proceso lineal; primero al denominarlo circuito y posteriormente al agregar tres funciones más a las ampliamente divulgadas entre lingüistas y psicólogos, por el germano Bühler. El mérito de Jakobson fue, por otro lado, haber sintetizado al máximo la teorización de las funciones. Incluso ha sido criticado por este hecho, pero nadie le resta mérito por su planteamiento, aunque (a tantos años de haber sido lanzado) es necesario realizar una revisión de sus fundamentos. Porque esta práctica de revisión a las bases teóricas permite ampliar sus conceptos para ser aplicados a otros campos de la comunicación (ya no únicamente el proceso oral), puesto que ese era su objetivo inicial, como lingüista.

Es reconocido que Jakobson fue quien introdujo el término de «destinatario», al cambiarlo por el concepto de «receptor» (que es sumamente pasivo y tecnológico, recuérdese que radio es el apócope de radioreceptor). El lingüista lo bautizó como «destinatario» pues mientras el receptor puede ser identificado como cualquier persona que recibe el mensaje, el concepto de destinatario de Jakobson convierte al destinador en alguien que es elegido *ex profeso*, como objetivo final de la comunicación; no es alguien que se convierte en receptor por casualidad. El modelo de Jakobson cobró relevancia, en su momento, porque conceptualizó el mensaje ya no como una mera transmisión de información, sino que su idea permite redescubrir la riqueza comunicativa y humana del mensaje. Por otro lado, agregó a su circuito la función poética

que está centrada en el mensaje, así como las funciones denominadas: metalingüística y fática. Eso le permitió adquirir al concepto de proceso (de la comunicación) una dimensión más humana y más amplia.

Gisela Mancuso (s. f.) expresa que Jakobson asistió al Congreso Mundial de Lingüística en 1960, y el tema que abordó en ese conclave fue la poética, desde el funcionamiento de la lengua. Jakobson aprovechó el esquema elaborado en la ingeniería de las comunicaciones (Shannon y Weaver) para replantear una adecuada ubicación de la función poética de la lengua, porque algunos teóricos confundían esta función con la emotiva. Incluso, los críticos de esa época no percibían cuándo o en qué momento la función poética aparecía en textos o discursos que no fueran los literarios, el cual es su más importante fundamento pues la literatura busca la belleza en la expresión del texto.

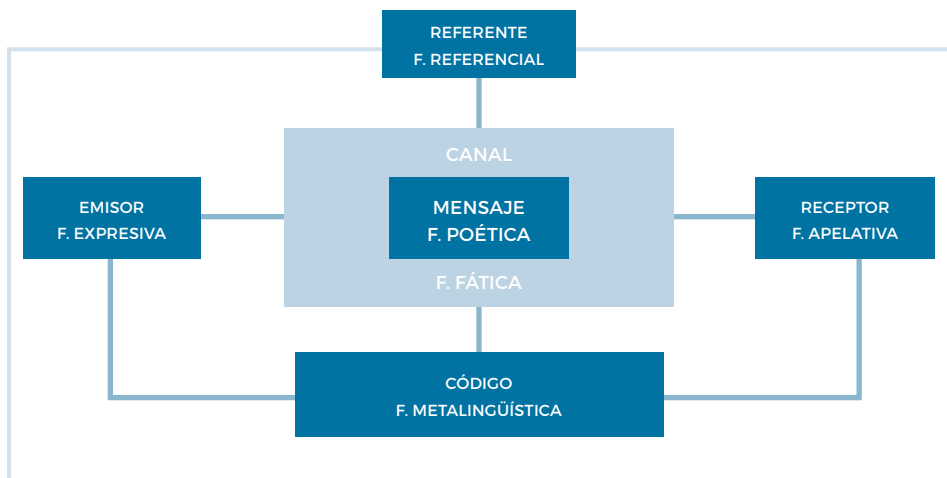
Extender el proceso de comunicación verbal u oral, como había sido concebido inicialmente por Jakobson, le ha permitido llegar hasta hoy como uno de los teóricos lingüísticos que más ha influido en este tema en distintos ámbitos profesionales y también no académicos.

El portal «Comunicólogos» (s. f., párr. 3) señala que «el estudio de la comunicación desde la lingüística tiene además otros objetivos entre los cuales está el considerar a la lengua como fundamento de la cultura y como instrumento de comunicación».

Según el profesor brasileño Ribeiro (s. f.), para Jakobson «el proceso comunicativo es ancho y entonces privilegia los aspectos funcionales del lenguaje y ni sólo las características estructurales» (párr. 8). Es decir, varios autores le otorgan al lingüista nacido en Rusia, relevancia, en distintos aspectos, por sus decididos y valiosos aportes a las ciencias del pensamiento.

2.6. ESQUEMA DE LA COMUNICACIÓN VERBAL DE JAKOBSON

Gráfica 4. Factores en cualquier acto de comunicación



Fuente: Ministerio de Educación, Gobierno de España (2007).

2.7. RESUMEN DE LAS SEIS FUNCIONES DE LA COMUNICACIÓN DE JAKOBSON

En esta parte se presenta un resumen compacto de las funciones de la comunicación, que luego serán ampliadas con ejemplos y ejercicios. Según Jakobson, cuando el mensaje se orienta hacia el destinatador o emisor, se produce la función emotiva, que también se conoce como función expresiva. Esta función surge de la decisión de comunicar del emisor, y lleva implícito el estado de ánimo y los sentimientos que envuelven dicha acción. Cuando la comunicación está orientada hacia el contexto se produce una función referencial, la cual también es conocida como informativa o cognitiva. Es aquella función que transmite el mensaje contextualizándolo, sin hacer valoraciones.

Cuando el mensaje se orienta hacia el destinatario, se produce la función conativa, también conocida como apelativa. Esta actividad comunicativa busca persuadir al receptor, en cuyo énfasis radica dicha acción. Pretende del receptor una respuesta. En tanto, si el mensaje está orientado hacia el canal o contacto, se produce la función fática que tiene como objeto comprobar si el canal está

funcionando correctamente. Busca mantenerlo de esa forma, o abrirlo o cerrarlo por completo.

Cuando el mensaje está orientado hacia el código se usa la función metalingüística, es decir, para establecer cuál es el código utilizado. Es una función que habla del lenguaje. Y finalmente, cuando la comunicación se centra en el mensaje mismo se genera la función poética, que lo pone de relieve, le da importancia directa.

En palabras del propio Jakobson (1977), al hacer una esquematización de las funciones del lenguaje, plantea esta síntesis:

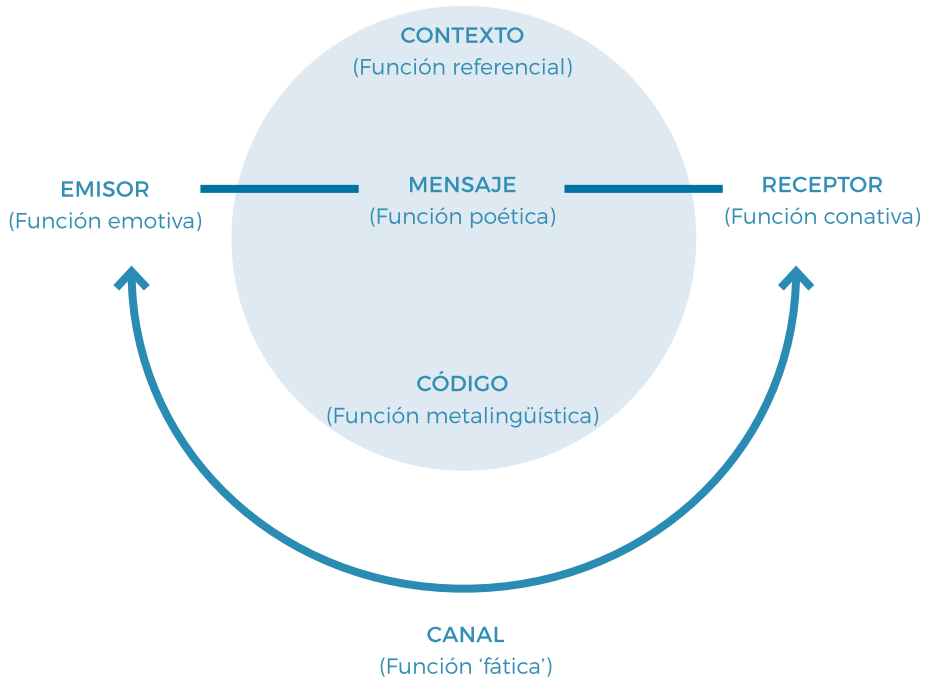
El destinador manda un mensaje al destinatario. Para que sea operante, el mensaje requiere un contexto de referencia (un referente, según otra terminología, un tanto ambigua), que el destinatario puede captar, ya verbal ya susceptible de verbalización; un código del todo, o en parte cuando menos, común a destinador y destinatario (o, en otras palabras, al codificador y al decodificador del mensaje); y, por fin, un contacto, un canal físico y una conexión psicológica entre el destinador y el destinatario, que lo permiten tanto al uno como al otro. (p. 5)

Estos son, para Jakobson, los factores que conforman todo hecho discursivo, cualquier acto de comunicación verbal, puesto que él consideraba al lenguaje como un fenómeno complejo. Cada uno de estos factores determina una función diferente del lenguaje, el que no solo sirve para transmitir datos. Mediante el lenguaje se puede persuadir, manipular, sancionar, etc.

El conocido y prestigioso portal «Centro Virtual Cervantes» (s. f.) recuerda que: «En el uso de la lengua estas funciones no se excluyen mutuamente, sino que pueden actuar simultáneamente; no obstante, en determinados enunciados y textos puede haber predominio de algunas de ellas» (párr. 4).

El portal «Infoamérica» presenta las funciones de Jakobson gráficamente, de la siguiente manera:

Gráfica 5. Modelo de Jakobson sobre los factores de la comunicación y las funciones del lenguaje



Fuente: «Infoamérica» (s. f.c).

PREGUNTAS DE REPASO

1. ¿Quién fue Claude Shannon y cuál es el nombre de su más conocida publicación?

2. ¿Cuál es la teoría del profesor Manuel Calvelo con relación a la comunicación?

3. ¿Quién fue el psicólogo y lingüista germano Karl Bühler y cuál fue su aporte a la comunicación?

4. En 1958 Jakobson reformuló un planteamiento teórico de las funciones de la comunicación, ¿cuáles fueron sus fundamentos?

5. ¿Cuál fue la última de las funciones que dio a conocer Jakobson y por qué causaba tanta controversia su aporte?

CAPÍTULO III

FUNCIÓN EMOTIVA O EXPRESIVA



OBJETIVO GENERAL

Identificar la función emotiva, que sepa cuáles son sus vertientes y en qué momento puede usarla en la forma más adecuada.



OBJETIVOS ESPECÍFICOS

Advertir el papel que juega la función emotiva en el proceso de la comunicación humana.

Relacionar la misión que desempeña la función emotiva entre el emisor y el mensaje mismo.

Descubrir por qué la función emotiva puede revelar las intenciones del emisor, al plasmar su huella (conscientemente o no) en el mensaje.

3.1. INICIO DEL PROCESO DE LA COMUNICACIÓN

Como primer elemento de su esquema teórico, Jakobson (1994) determina a la función emotiva, nombrada así por el suizo Anton Marty, porque antes se le denominaba como emocional. Esta función es la encargada de estudiar las relaciones existentes entre el mensaje y quien lo emite, o sea el destinatador, quien inicia el proceso comunicativo, pues representa la fuente de la cual emana la voluntad primaria de comunicación. El emisor es denominado sujeto enunciador, quien produce materialmente el mensaje, emitido con referencia a lo que siente, a su yo íntimo, predominando sobre los demás factores o elementos del proceso de comunicación. Está consciente o no, el emisor asume una función que el autor denominó emotiva. «Centrada en el destinatador, apunta a una expresión directa de la actitud del hablante ante aquello de lo que está hablando» (Jakobson, 1994, p. 353).

Desde el punto de vista filosófico, esta función está ligada a temas existenciales, en referencia a las vivencias del ser humano con respecto a la realidad que lo circunda. Al intentar comprender la comunicación, un filósofo diría que es un tipo de fenómeno de la conciencia del ser humano que proviene del interior de su alma, que influye en su relación con el mundo «de forma particular a través de las valoraciones, disposiciones y acciones» (Malo, 2010, párr. 41). Jakobson afirma que el estrato puramente emotivo lo presentan en el lenguaje las interjecciones, que las hay hasta de cinco tipos: apelativas, expresivas, representativas, propias e impropias, y las improvisadas.

El emisor también fue rebautizado por Jakobson como destinador y es quien decide el prototipo de la comunicación; quien elige y determina el esquema o formato para generar un proceso comunicativo. Es quien decide o define (con claridad o sin ella, con o sin certeza) el mensaje, qué lenguaje utilizará, el código y qué canal o medio va a usar para comunicarse.

La función emotiva está al servicio de la comunicación, desde el primer momento, puntualizando las relaciones que van a existir entre el emisor y el mensaje. Es decir, a través de esta función se establece la forma de expresión o la actitud que registra el emisor al trasladar o enviar un mensaje. Por eso, Jakobson señala claramente que cuando la función se centra en el destinador «apunta una expresión directa de la actitud del hablante ante aquello que está hablando» (Toralla, 2012, p. 104). Jakobson (1994) también la llama función expresiva, por lo que este texto se le denominará de una u otra forma, con el mismo significado.

Es bueno puntualizar que esta función determina la relación que va a existir entre el emisor –o destinador– y el mensaje. El emisor es el *factotum* en esta primaria función, porque con el destinador se inicia el proceso, lo que implica que posee una posición ante el propio mensaje. Esto permite develar las actitudes del emisor, descubrir sus sentimientos y estados de ánimo. También conjeturar o pronosticar sus deseos, voluntades y el grado de interés o de apasionamiento como plantea su comunicación. A través de esta función se logran descubrir las preferencias evidentes del emisor porque quedan plasmadas en el mensaje que emite, a veces sin darse cuenta.

Malamberg y Hormann son citados por Toralla (2012) para recordar que el psicólogo Karl Bühler la denominaba como una función sintomática.

Bühler consideró que ella es en sí misma el primer anuncio o síntoma del destinador. Es como el espejo que refleja, en alguna medida, al emisor. Para ampliar esta idea, vale reiterar que en el enunciado comunicativo siempre persistirá la huella de quien la gestiona. A veces, ese vestigio puede hacerse transparente, y en oportunidades pareciera desaparecer. En ocasiones pareciera que no dejara rastro, pero (en realidad) está presente, se vea o no esa marca, sí se puede percibir, se siente su existencia. Los expertos semiólogos pueden detectar al emisor por más ausencia que pretenda aparentar, y pueden descubrir intensiones, expectativas y hasta sus maquinaciones.

Jakobson comenta que un antiguo discípulo del director de teatro, Stanislavskij le había relatado que para una audición como actor, le había pedido que construyera cuarenta mensajes diferentes con la expresión «esta noche» (en ruso), buscando un tinte expresivo diferente en cada ocasión. El actor «redactó una lista de cuarenta situaciones emocionales, y luego profirió la expresión susodicha de acuerdo con cada una de estas situaciones; el público tenía que distinguirlas sólo a partir de los cambios de configuración sonora de estas dos palabras» (Jakobson, 1977, pp. 354-355). Cuenta también que tabajando en una investigación, ya en Estados Unidos, volvió a repetir el test de director de teatro, y esta vez hizo que el actor creara al menos cincuenta veces el mismo texto, realizando grabaciones para respaldo de la investigación. Jakobson informa que la mayoría de mensajes fueron descodificados correcta y debidamente por los oyentes moscovitas. Esto implica que el receptor puede bien intuir o descubrir el estado de ánimo del hablante, lo que confirma cómo opera fielmente la función emotiva o expresiva. Por eso, Urrutia-Cárdenas (1979) argumenta que:

La función emotiva dice relación con la actitud y valoración del hablante con respecto al que habla. Sus coordenadas básicas son el *yo, aquí y ahora* desde donde habla y su manifestación se da en el nivel fónico, gramatical y léxico, con variedad de recursos expresivos. (p. 195)

3.2. POR LO MENOS DOS POLOS

La comunicación tiene por lo menos dos polos: el destinador (en el extremo iniciador) y el destinatario (en el lado opuesto o al final del proceso). La función emotiva o expresiva opera desde y hacia cada uno de estos extremos

comunicativos. La comunicación surge de una situación humana muy lógica: toda comunicación busca provocar algún tipo de reacción en el destinatario o receptor. Es decir, siempre existe una intensión, que puede ser el simple y llano interés de comunicarse. Pero también (ese mismo mensaje compartido o enviado) es el reflejo de lo que piensa, opina, siente, quiere o pretende el emisor. Esa es la función emotiva de la comunicación, según Jakobson.

Esto implica que en el extremo promotor que origina el proceso se presenta esta función y es la que permite representar las emociones (amor, odio, cólera, indiferencia, malestar, alegría, etc.) de quien emite el mensaje. Y en el otro extremo, al final de cualquier proceso comunicativo, se pueden representar aquellos mensajes subjetivos idóneos para emocionar o estimular los sentimientos del destinatario, o bien apelar al raciocinio. En ambos casos, la emotividad resulta siendo un factor determinante de los hechos o sucesos comunicativos.

Ejemplo de esta doble forma en como opera la comunicación son las expresiones de insulto, pero también las tiernas manifestaciones de cariño. Ambas intensiones buscan provocar en el receptor sensaciones (en este caso opuestas pero ambas representan emociones humanas). Cabe preguntarse, entonces, ¿siempre se pretende esperar un resultado luego del mensaje enviado? ¿Qué otra cosa puede buscar alguien al ofender al otro, hacerle sentir mal al expresar descarnadamente sus sentimientos? ¿Y qué busca una madre al hablarle con afecto a su hijo? Ambas situaciones generan hechos comunicativos que descansan en una función emotiva, tanto de parte de quien la ofrece como de quien la recibe. Porque el emisor elabora (consciente o no) un mensaje que está impregnado de su emotividad y que lleva adherida su afectividad, negativa o positiva. Y al expresar esas sensaciones, logra impresionar a su destinatario. Solo las estatuas o las piedras no son capaces de sentir las palabras cordiales o las humillaciones, puesto que no reaccionan ante los estímulos. Muchos animales, como los perros, perciben las cargas emotivas de las palabras de sus dueños, y responden a esos estímulos.

Es importante reconocer que a muchas personas se les escapa (de manera inconsciente) su verdadera personalidad, sea de naturaleza temperamental o algunos rasgos distintivos negativos, y estos se filtran en la comunicación cotidiana. Hay algunos signos subconscientes en la comunicación interpersonal que son develados al expresar opiniones relacionadas con el objeto al que

hace referencia. Buenos o malos dictámenes; positivos puntos de vista o negativos, actitudes de respeto o burla, criterios agradables o desagradables. Todo el tiempo las personas están valorando su entorno, y muchas no reconocen que al hacerlo definen su relación con las cosas, los hechos, los amigos, los familiares, los compañeros de trabajo o bien las circunstancias a las que se refieren en cualquier alocución.

Es más, la comunicación hace trascendente la formación educativa de los individuos, así como las posturas ideológicas de cada quien. La comunicación interpersonal resulta ser como una radiografía, pues algunas expresiones verbales permiten «leer» conductas, predilecciones o repulsiones. Si se le pone atención debida a ciertos detalles, muchos vocablos usuales terminan por delatar la verdadera forma de pensar de las personas. Las expresiones usuales connotan la cultura y aprendizajes.

La función emotiva es como un espejo donde se muestran las preferencias, las subjetividades, los sentimientos de los emisores. Por eso Bühler la denominó función sintomática, pues salen a relucir síntomas, señales, signos de la personalidad. Esta función es como un vehículo cargado de emociones humanas.

En el discurso oral, la función emotiva se hace presente en el tono de voz del emisor, en la entonación al transmitir un mensaje. Incluso la emotividad se hace presente en lo que se denomina comunicación no verbal. Y en el discurso escrito, la función emotiva se puede observar en las expresiones exclamativas. También en el uso de diminutivos, pues se transmite aprecio, cariño, al llamar a alguien de esta manera.

La reconocida profesora de comunicación Luz Amparo Palacios Mejía (1983) refiere que Jakobson expuso en el estudio *El lenguaje y otros sistemas de comunicación* lo siguiente:

Las funciones cardinales del lenguaje-referencial, emotiva, connotativa, poética, fática y metalingüística- y su jerarquía en los diversos mensajes, han sido descritas y discutidas en diversas ocasiones. Este enfoque programático del lenguaje debe llevar *mutatis mutandis* a un estudio análogos de los otros sistemas semióticos. (p. 120)

El esquema propuesto por Jakobson puede extrapolarse con toda amplitud, a cualquier forma de comunicación, solamente cambiando lo que sea necesario *mutatis mutandis*, pero utilizando los elementos de su esquema de comunicación en el que las funciones son las claves para comprenderlo. Eso es lo que manifiesta la locución adverbial latina utilizada por el autor.

3.3. LA DOBLE FUNCIÓN DEL LENGUAJE

Pero un tema concreto es la emotividad espontánea de cualquier persona y otra es buscar *ex profeso* un mensaje que contenga una carga emotiva, impregnada de algún tipo especial de énfasis. Por eso, Guiraud (2004) afirma que la función emotiva y la referencial (que se abordarán más adelante) representan las bases complementarias y concurrentes en cualquier proceso de comunicación. Incluso si no son seleccionadas consciente o creativamente, se puede fallar en su finalidad o en el objetivo buscado. Y se complementan porque la función referencial refiere de lo que se habla, y la emotiva es la manera cómo se utiliza. Vale recordar que se pueden transmitir los mismos contenidos de múltiples formas, solo es cuestión de saber conjugar las palabras, las imágenes o los sonidos.

Este aspecto funcional de la comunicación apunta directamente a los modos lingüísticos de comportarse de las personas. La función referencial del lenguaje es de carácter cognoscitivo y objetivo, es decir: va dirigida a la razón, intentando despertar interés de la consciencia humana, su parte racional. Busca eliminar la subjetividad en todas sus variantes. Mientras tanto, la función expresiva es eminentemente subjetiva y su punto de presión es lo afectivo, lo espiritual o lo emotivo; aquellos elementos que no tienen nada que ver con la razón o la cognición. Esto implica que ambas funciones representan formatos de codificación y decodificación muy diferentes incluso opuestos totalmente. Uno va encaminado a utilizar argumentos que impresionen la inteligencia, la comprensión, el enjuiciamiento ecuánime, equitativo, en tanto el otro dirige sus baterías al corazón, a los deseos profundos de la persona, a los miedos, a sus más íntimos apetitos, a sus más grandes anhelos. Estas ideas han sido ampliamente expuestas por el semiólogo francés Pierre Guiraud (2004).

Es relevante agregar, para finalizar este capítulo, que la función emotiva da origen a las variaciones del tono de la voz; permite aquellas expresiones estilísticas que

enriquecen el mensaje o en casos opuestos lo oscurecen. La ironía y el sarcasmo son utilizados para eso, precisamente para esconder o disfrazar los mensajes.

PREGUNTAS DE REPASO

1. Construya su propia definición de función emotiva. Recuerde el sentido ambiguo que posee.

2. ¿En cuál de los factores o elementos de la comunicación se concentra la función emotiva, y por qué?

3. Karl Bühler denominaba a la función emotiva con el sugerente nombre de función sintomática, ¿por qué?

4. ¿Por qué se afirma que el lenguaje tiene la doble capacidad de ser emotivo y referencial a la vez?

5. Dé cinco ejemplos de oraciones utilizando la función emotiva.

Fotografía 4. Marcel Marceau



Fuente: *The Associated Press* (19 de octubre de 1978).

Marcel Marceau fue llamado el poeta del silencio. Fue un excepcional mimo francés fallecido en 2007. Comunicaba ideas completas sin una sola palabra. Se considera que reinventó el concepto moderno de «mimo», al lograr crear un estilo muy propio que ha sido imitado en todo el mundo. Creó un paradigma interpretativo de la comunicación sin palabras.

ANÁLISIS DE UNA ACTIVIDAD ARTÍSTICA COMUNICATIVA.

Busque en internet los videos de Marceau, realice un análisis de la actividad del mimo y responda los siguientes puntos:

1. Tomando como base la lectura anterior, ¿cuál sería la función que mejor se aplica a la actividad de este o cualquier otro mimo?
2. ¿Cuál sería el canal o medio que el mimo ha decidido usar para comunicar sus mensajes?, ¿cómo lo utiliza?
3. ¿Cuál sería la intención o propósito de quien produce un mensaje semejante?
4. Un destinatario que no sepa leer ni escribir, ¿podría entender los mensajes implícitos que transmite un mimo? ¿Por qué?

PRODUCCIÓN EN UNA AGENCIA DE COMUNICACIÓN, BASADA EN LA FUNCIÓN EMOTIVA.

Usted trabaja como creativo de producción de mensajes en una agencia de comunicación. El comandante general de los Bomberos Voluntarios acude a la agencia y le solicita el diseño de cinco mensajes para evitar que los niños sufran de quemaduras en la Navidad de este año.

Deberá considerar los siguientes puntos:

1. Los medios a utilizar serán solo redes sociales de preferencia y, en algunos casos, canales de televisión por cable. Pero la producción se centrará en redes sociales.
2. Deberá producir mensajes muy cortos. Dirigidos a dos sectores:
 - a. Niños entre 7 y 15 años de edad.
 - b. Padres de familia y responsables de los infantes.
3. El comandante de bomberos insiste que deberán ser mensajes muy emotivos, cortos e impactantes. Serán transmitidos, especialmente, en las redes sociales virtuales.

CAPÍTULO IV

FUNCIÓN REFERENCIAL



OBJETIVO GENERAL

Identificar con claridad cómo opera la función referencial en cualquier sistema de comunicación.



OBJETIVOS ESPECÍFICOS

Valorar los diferentes lenguajes denotativos que hay en los procesos de comunicación.

Distinguir por qué es referencial la transmisión que se basa en un hecho real.

Diferenciar lo opuesto a la función denotativa, es decir la connotación.

4.1. ¿A QUÉ HACE REFERENCIA EL MENSAJE?

La función referencial sirve para establecer y definir las relaciones entre el mensaje y el objeto a que hace referencia, según Jakobson (1994). Siempre se ha considerado esta función como la base de toda comunicación, porque se utilizan signos o símbolos que refieren a algo: la realidad objetiva. No importa si esta es verdadera o es ficticia, pues representa la realidad de cada mensaje propiamente. El acto comunicativo (en esta función) está centrado en el contexto, el tema o el asunto a que se refiere. La lingüista argentina Palacios (1983) señala que la orientación de la función referencial es el contenido mismo de la comunicación, mientras que el lingüista español Urrutia-Cárdenas (1979) manifiesta que si bien la comunicación referencial es sobre algo o alguien de quien se habla, «sus coordenadas básicas son él, allí, entonces o ahora (según coincida o no en la situación comunicativa con el emisor)» (p. 195).

Toralla (2012) comenta que los investigadores especializados en semiología ponen en duda que toda comunicación tenga que ser forzosamente referencial, o que sea eminentemente simbólica, porque la referencia directa, franca, abierta puede ser desaparecida o escamoteada del mensaje, o por lo menos se puede buscar esconderla con la clara intención de que no salga a relucir.

Esto ocurre con algunos mensajes propagandísticos donde desaparece la referencia formal o frontal del propio mensajero o de la intención comunicativa. Es entonces cuando el mensaje deja nada más entrever a su referente o lo hace aparecer de una manera velada o de forma oscura cuando disimula su presencia. Esto se realiza a propósito, no por casualidad. No siempre la referencia expresa a un objeto es necesaria para que exista comunicación, muchas veces esta estrategia obedece a formas de manipulación que por lo regular pretenden algo más allá que conmover la consciencia del destinatario.

La función referencial también tiene su base en los conocimientos previos (antecedentes) de quien recibe la comunicación, porque es quien termina por armar el mensaje que recibe y todos sus saberes van a determinar la capacidad de decodificar. Es ese un acuerdo tácito (Eliseo Verón lo llamó contrato de lectura) y permite que la comunicación sea un hecho real, a diario, porque el proceso culmina con el receptor y él resulta siendo el decodificador de lo que supone el destinador le ha querido transmitir.

El receptor, entonces, será quien pondrá la palabra final en la comunicación, quien colocará la última pieza del rompecabezas del proceso. El destinatario es de quien finalmente depende todo el proceso para armar «el sentido» de la frase, de la imagen, del mensaje. Es el objetivo y sujeto más importante de la comunicación; en quien el destinador ha fijado su mira. El objetivo final del destinador es alcanzar al destinatario por medio de la comunicación.

En mercadotecnia, disciplina cargada de terminología militar, se denomina impactar al consumidor final; también se usa la frase «dar en el blanco». A eso se debe que (primero) se investigue con profundidad al receptor, ya que (al conocer su contexto) puede tener más efectividad cierto tipo de comunicación. Para los mercadólogos, se debe conocer primero al consumidor y luego se diseña la comunicación, por eso es necesario investigarlo. En muchos casos, las personas

compran manipuladas, por impulsos previamente establecidos por las agencias de investigación que conocen a ciencia cierta a los consumidores de cada producto.

4.2. LA REFERENCIALIDAD EN LAS NOTICIAS DIARIAS

¿Qué tipo de relación hay entre un mensaje y el objeto al que se refiere? Eso es esencialmente lo que define esta función, de allí su importancia en los diversos lenguajes, particularmente en el lenguaje periodístico o de informaciones destinadas para las masas, y en especial, en la sociedad digital en que se vive actualmente. Si el mensaje es reflejo de la realidad, puede ser considerado más o menos una comunicación objetiva; si no lo es, puede ser una total mentira, una exageración o una falsedad. La comunicación, en la actualidad, puede estar basada en una burda manipulación o en un sutil manejo de los elementos que componen el mensaje. Pero también puede ser una versión o reproducción que sea creíble para muchos, que parezca verosímil; que sea potencialmente cierta. O por lo menos que parezca verídica, otra cosa es que en realidad lo sea.

Según Jakobson (1994), esta función está orientada al contexto de la comunicación, sin hacer valoraciones de ningún tipo y va a comprometerse con la fiabilidad, la veracidad (o no) del mensaje en cuanto a sus propias circunstancias referenciales. Esta es la función que logra que la comunicación sea denotativa, referencial. Estos elementos son sus fundamentos teóricos. Gracias a esta función, el emisor o fuente designa objetos, nombra personas (cosas, países, situaciones, etc.), informa sobre hechos, hace relevantes ciertas noticias en los medios informativos, y representa acontecimientos que por ser publicados o transmitidos en forma periodística deben tener la característica de certeza. Esa es, conforme el planteamiento del lingüista Jakobson, la esencia de la función referencial.

Los críticos señalan que las noticias son denotativas porque deben estar lo más apegadas a la realidad que representan. No son la realidad misma, sino una representación de esta, pero su presencia en un mundo noticioso es denotativa, de alto nivel de autenticidad; de una denotación comprobable. Y para demostrarlo, los periódicos utilizan las fotografías que dan fe del suceso, los noticieros de radio usan las grabaciones de las voces de los protagonistas y los de televisión insertan unos segundos con la imagen de la declaración más relevante o un video del acontecimiento.

Estos recursos cumplen con la función referencial. Y en los géneros opinativos, como editoriales, editoriales gráficos, columnas de opinión y caricaturas, la referencialidad aparece de manera indirecta, pero se presenta mezclada con las ideas personales o las creencias de quienes los producen. Debido a esto, este género puede tener un alto contenido subjetivo, pues son la opinión personal o institucional del medio informativo.

Por su parte, los informes estadísticos pueden ser los mejores ejemplos de referencialidad, pues sus datos son extraídos de la propia realidad. Así también, los estudios y/o encuestas de opinión, ya que reflejan un examen o exploración de los sentimientos, de las preferencias o las opiniones de importantes sectores o segmentos de la población. Se busca referenciar esas ideas a través de muestras estadísticas a veces bien definidas, a veces no tanto. Si son representativas o no, es una discusión política, pero cualquier encuesta debe tener un sentido de referencialidad por excelencia.

En tanto, los contenidos del género noticioso deberían ser lo más denotativos posible para tener fiabilidad. Las noticias de carácter científico o el denominado periodismo científico deben ostentar como *conditio sine qua non* una observancia de esta función referencial, puesto que son portadoras de hechos comprobables, hechos que no pueden ni deben ser falsos. A las noticias científicas, incluso, se les atribuye pureza ideológica, aunque este punto sea discutible. Pero al menos deben ser fiables y honrar sus principios.

Hernán Urrutia-Cárdenas (1979), filólogo español de la Universidad del País Vasco, señala con toda claridad que:

El lenguaje científico aspira a lo inequívoco, trata de hacer rigurosas sus significaciones, carece de fantasía, de connotación, de apelación y expresividad. Tiene por destinatario el especialista o alguien que accese en forma casual. En tanto el lenguaje literario posee un destinatario más amplio: el general. Es una estructura flexible, metafórica y congruente con su ficcionalidad. (p. 191)

Las caricaturas editoriales o viñetas cómicas-satíricas pueden referirse a hechos que sí han sucedido, pero son abordados en forma ridiculizada, irónica o crítica, simplista o exagerada y dependerá de la manera de presentarla gráficamente.

A través del permanente uso de esta función, los periodistas en general adquieren credibilidad, si son lo más apegados a la referencia correcta de sus informaciones. Los críticos del periodismo llaman a esta cualidad o exigencia: precisión. Si hay un valor (junto a la ética) con el que debe comulgar el comunicador es ser preciso con los datos que reporta en las informaciones. Por eso, los que desarrollan el periodismo de investigación o de profundidad tienen tanto prestigio, porque sus referencias siempre serán lo más apegadas a hechos verídicos. En este campo, la precisión debe imperar ante todo. No es ninguna tiranía, sí un imperativo ético. Quienes cultivan el nuevo «periodismo de datos» deben enmarcarse en este concepto de contextos referenciados, lo más apegados a la realidad que presentan. No podría ser de otra manera, aun más cuando se busca hacer que salten las cloacas o alcantarillas de los grandes negocios, o intereses espurios o ilegítimos de la política, del ámbito militar o del empresarial.

4.3. REFERÉN-ENTIS

Referencia proviene del vocablo en latín *referén-entis*. Aplicable al periodismo, la noticia es una referencia a un «ente», es referirse a un hecho (importante o relevante) que sucedió en un momento dado. El periodista hace referencia a sucesos que al pasar por el filtro de la redacción, se convierten en noticiables. «Algo» que sí existió, que sucedió; un suceso que no fue inventado. Una noticia representa, por lo tanto, un relato basado en un hecho real. Ese apego a la realidad es lo que le caracteriza a una función como esta.

La mitología, entre tanto, refiere a personajes y hechos que no existieron, que fueron producto de la imaginación o de la creatividad. Su referencia es considerada fantástica, no real, pues es un conjunto de mitos producidos por el imaginario de los pueblos que relatan, mediante fábulas o leyendas populares, el origen de la humanidad. O bien intentan explicar fenómenos inexplicables. Su referencia no es puesta en duda, pero no se basan en la realidad estrictamente; pudieron ser sucesos de hace miles de años o que no sucedieron y fueron tomando forma a nivel popular a través de las generaciones. Por su distancia en el tiempo, adquieren el valor mitológico.

Los mensajes con características periódicas en esta era digital deben estar enmarcados en esta función referencial. Los mensajes referenciales –señalan los semiólogos– tienen que ver con temas concernientes del signo al que aluden. Esta función tiene por objetivo formular, a propósito del referente, una información directa, verdadera, verificable y observable. La objetividad noticiosa es, por su propia naturaleza, una función referencial de la actividad mensajera de los periodistas. Los mensajes deben ser lo más apegados a la realidad.

Platón, buscando definir el signo en los diálogos sobre el lenguaje, entre Sócrates y Crátilo, recuerda que ambos discuten sobre el origen de las palabras y, en particular, sobre la relación que existe entre ellas y las cosas que designan. Desde hace milenios, la filosofía intenta descubrir la función referencial de la comunicación. Algunos teóricos también denominan a la función referencial como función informativa, cognitiva o denotativa, tomando en cuenta que esta es su esencia.

La función referencial puede ser como una aspiración que se intenta alcanzar por los periodistas, ya que la total objetividad (lo afirman los más serios teóricos) es imposible de alcanzar. Muchas veces es posible detectar tendencias ideológicas detrás de la información de un medio, así como ciertas opiniones que se filtran. Por eso se reitera que esta debe ser considerada como una función aspiracional para el gremio de la prensa.

Para finalizar, es necesario recalcar que la comunicación (sea del tipo que sea) no solo cumple una única función de las señaladas por Jakobson, sino en la mayoría de los casos se emplea para persuadir, para expresar sentimientos o para informar... en una coincidente amalgama de funciones. Es difícil encontrar una sola función pura, como las señaladas hasta ahora.

"All the News That's Fit to Print"

VOL. CL . . . No. 51,874

Copyright © 2001 The New York Times

NEW YORK, WEDNESDAY, SEPTEMBER 12, 2001

It beyond the green New York metropolitan area.

75 CENTS

U.S. ATTACKED

HIJACKED JETS DESTROY TWO TOWERS AND HIT PENTAGON IN DAY OF TERROR

President Vows to Exact Punishment for 'Evil'

By SERGE SCHMEMMANN

Hijackers rammed jetliners into each of New York's World Trade Center towers yesterday, tipping both in a hellish storm of ash, glass, smoke and leaping victims, while a third jetliner crashed into the Pentagon in Virginia. There was no official count, but President Bush said thousands had perished, and in the immediate aftermath the calamity was already being ranked the worst and most audacious terror attack in American history.

The attacks seemed carefully coordinated. The hijacked planes were all en route to California, and therefore going fast, and their departures were spaced within an hour and 45 minutes. The first, American Airlines Flight 11, a Boeing 767 out of Boston for Los Angeles, crashed into the north tower at 8:48 a.m. Eighteen minutes later, United Airlines Flight 175, also headed from Boston to Los Angeles, plowed into the south tower.

Then an American Airlines Boeing 757, Flight 77, left Washington's Dulles International Airport bound for Los Angeles, but instead hit the western part of the Pentagon, the military headquarters where 24,000 people work, at 9:40 a.m. Finally, United Airlines Flight 93, a Boeing 737 flying from Newark to San Francisco, crashed near Pittsburgh, raising the possibility that its hijackers had failed in whatever their mission was.

There were indications that the hijackers on at least two of the planes were armed with knives. Attorney General John Ashcroft told reporters in the evening that the suspects on Flight 11 were armed that way. And Barbara Olson, a television commentator who was traveling on American Flight 77, managed to reach her husband, Solicitor General Theodore Olson, by cell phone and to tell him that the hijackers were armed with knives and a box cutter.

In all, 266 people perished in the four planes and several score more were known dead elsewhere. Numerous firefighters, police officers and other rescue workers who responded to the initial disaster in Lower Manhattan were killed or injured when the buildings collapsed. Hundreds were treated for cuts, broken bones, burns and smoke inhalation.

But the real carnage was concealed for now by the twisted, smoking, ash-choked carcasses of the twin towers, when thousands of people used to work on a weekday. The collapse of the towers caused another World Trade Center building to fall 7 hours later, and several

Continued on Page A4

Awaiting the Aftershocks

Washington and Nation Plunge Into Fight With Enemy Hard to Identify and Punish

By R. W. APPLE JR.

WASHINGTON, Sept. 11 — Today's devastating and astonishingly well-coordinated attacks on the World Trade Center towers in New York and on the Pentagon outside Washington plunged the nation into a wartime analysis struggle against an enemy that was hard to identify with certainty and hard to punish with precision.

The whole nation, in its grief, felt the whole world — shook as hijacked airliners plunged into buildings that symbolize the financial and military might of the United States. The sense of security and self-confidence that Americans take as their birthright suffered a grievous blow, from which recovery will be slow. The aftershocks will be nearly as bad, as hundreds and possibly thousands of people discover that friends or relatives died awful, fiery deaths.

Scenes of chaos and destruction evocative of the nightmare world of Hieronymus Bosch, with smoke and debris blasting out the sun, were carried by television into homes and workplaces across the nation. Echoes of F. D. Roosevelt's description of the attack on Pearl Harbor as an event "which will live in infamy." Gov. George E. Pataki of New York, a Democrat, spoke of "an incredible outrage" and Senator Charles E. Schumer of New York, a Democrat, spoke of "a dastardly attack."

But more serious than inadequate vessels to contain the sense of shock and horror that people feel. As Washington struggled to regain

Continued on Page A24

MORE ON THE ATTACKS

RESCUERS BECOME VICTIMS Firefighters who rushed to the trade center were killed. PAGE A7

SEARCH FOR SURVIVORS Some people trapped in the rubble for hours were rescued. PAGE A7

OFFICIALS SUSPECT BIN LADEN Eyewitnessing intercepts after the attacks were cited. PAGE A7

TERRORISTS EXPLOIT WEAKNESS Investigators had criticized precautions against hijacking. PAGE A7

CASUALTIES IN WASHINGTON An unknown number of people were killed at the Pentagon. PAGE A5



A CREEPING HORROR

Buildings Burn and Fall as Onlookers Search for Elusive Safety

By N. R. KLEINFELD

It kept getting worse. The horror arrived in episodic bursts of chilling disbelief, signified first by trembling floors, sharp eruptions, cracked windows. There was the actual unflashable realization of a gaping, flaming hole in first one of the tall towers, and then the same thing all over again in its twin. There was the merciless sight of bodies helplessly tumbling out, some of them in flames.

Finally, the mighty towers themselves were reduced to nothing through the downward avalanche of twisted metal.

Even as the towers on their sides, shaped by the wind, they fell. A plane swooped overhead. Was it another emergency? No, it was a fighter jet, which it found or missed? People trembled for their lives, but they didn't know where to go. Should they get out, inside, or wait? People hid behind their backs, some of them outside. People hid behind their backs, some of them outside. People hid behind their backs, some of them outside.

Some of the people in Lower Manhattan were killed or injured when the buildings collapsed. Hundreds were treated for cuts, broken bones, burns and smoke inhalation.

The real carnage was concealed for now by the twisted, smoking, ash-choked carcasses of the twin towers, when thousands of people used to work on a weekday.

A Small Bush Says 'Evil'

By SERGE SCHMEMMANN

WASHINGTON, Sept. 11 — President Bush yesterday said the Sept. 11 attacks were "an act of evil" and called for a "war on terrorism." He also said the attacks were "an act of evil" and called for a "war on terrorism."

The president's remarks came as he addressed a joint session of Congress. He said the attacks were "an act of evil" and called for a "war on terrorism."

His remarks came as he addressed a joint session of Congress. He said the attacks were "an act of evil" and called for a "war on terrorism."

His remarks came as he addressed a joint session of Congress. He said the attacks were "an act of evil" and called for a "war on terrorism."

Continued on Page A4

AMERICAN TARGETS A hall of fire exploded outward after the second of two jetliners slammed into the World Trade Center; less than two hours later, both of the 110-story towers were gone. Hijackers crashed a third airliner into the Pentagon, setting off a huge explosion and fire.

Both Photos: The New York Times

ANÁLISIS DE LA PORTADA DEL 'NEW YORK TIMES', DEL 12 DE SEPTIEMBRE DE 2001

Fotografía 5

Fuente: The New York Times (2001).

¿Se utilizó únicamente la función referencial en esta portada?

de periódicos de todo el mundo. Resultará un interesante ejercicio verlas y analizarlas.



Puede observarse en la fotografía 5, que el texto relata el suceso del 11 de septiembre de 2001 y las fotografías registran los ataques al World Trade Center en Nueva York, y a la sede del Pentágono en Washington. El titular principal del diario consigna: «Estados Unidos fue atacado». Las fotos captan momentos antes que se derrumbaran las Torres Gemelas. Otros testimonios gráficos son: las torres ya derrumbadas y los bomberos en primer plano, la sede del Pentágono a medio destruir, una dama ensangrentada, sentada en el bordillo de una calle (vestida de rojo) que es auxiliada por dos personas. Una foto pequeña muestra al avión antes de impactar contra la segunda torre. La referencialidad visual de la portada fue representativa de la realidad. Se basó en hechos verificables. Estos hechos aparecen en dicha portada con las narrativas periodísticas que recalcan los ataques a dos puntos estratégicos, la ciudad más conocida del planeta y el enclave militar de la nación más poderosa del mundo, en un acto sin precedentes en la historia de aquel país.

Algunos de los textos de *The New York Times* son portadores de una fuerte carga emotiva, dadas las circunstancias espectaculares del suceso. Si bien la función referencial es predominante en la portada del día, se utilizaron también elementos gráficos de esta naturaleza no racional, como la dama de rojo, que representa a la patria, herida pero auxiliada por alguien. El concepto de «eje del mal», como bautizó el Gobierno del presidente Bush a los árabes involucrados en el ataque, contiene un argumento no razonado; resulta ser más emotivo que fundado en elementos lógicos.

Y es que dicho suceso no puedo ocultar los sentimientos (y por lo tanto la emotividad) que permeó entre los periodistas norteamericanos, que se vieron afectados por el mayor acto terrorista de su historia, en su propia ciudad. Una situación impensable hasta ese día. Los edificios gemelos (íconos de su poderío comercial) se derrumbaron a la vista del mundo entero, como una terrible falla de seguridad nacional. Y referencialmente *The New York Times* lo reportó en esta portada.

PREGUNTAS DE REPASO

1. ¿Por qué se afirma que la función referencial es la base de toda comunicación?

2. ¿Por qué las noticias deben ser denotativas, por qué no pueden ser connotativas?

3. ¿Por qué la función referencial es también llamada cognitiva o cognoscitiva?

ACTIVIDAD DE REFUERZO

DENOTACIÓN DE LA FOTOGRAFÍA

1. Recorte la fotografía de portada de un diario guatemalteco.
2. Haga una descripción de la fotografía. Lea detenidamente el texto que está al pie de la foto. Explique si tiene relación con el titular principal. Haga un análisis en torno a la referencialidad de la foto y el texto que la ilustra (personajes que aparecen, lugar, momento, etc.).
3. Interprete por qué la fotografía fue colocada en la primera página del diario.
4. Use los elementos de la función referencial para este trabajo.

EN EL MUNDO DIGITAL

1. Deberá preparar una campaña informativa, usando exclusivamente Twitter, sobre la forma de cómo prevenir el cáncer de mama para mujeres del sector urbano.
2. Investigue sobre el tema y realice una propuesta de 10 textos cortos, directos, de cómo prevenir este mal que afecta a centenares de mujeres cada año.
3. Esta campaña informativa es para una entidad sin recursos que ha pedido el diseño de estos textos, con un carácter muy serio, formal, dado que quienes la impulsan son personas en extremo conservadoras.
4. Los promotores quieren que el «tono de la campaña» sea muy informativo. La función referencial se puede poner a prueba en este caso. Twitter le puede ayudar a lograrlo, dado su formato.

Fotografía 6. Portadas de periódicos



Fuente: *Al Día* (12 de febrero de 2016) y *Nuestro Diario* (12 de febrero de 2016).

ANÁLISIS DE DOS PORTADAS DE PERIÓDICOS POPULARES

1. Ambas portadas de los diarios son del mismo día. Leídas y obsérvelas con detenimiento para encontrar coincidencias y diferencias entre ambas. Describa tanto los elementos textuales como de las fotografías que las componen.
2. El diseño gráfico de ambas portadas tienen elementos en común. Si observa bien, hay estrecha relación visual. Relacione las formas de presentación.
3. ¿Cuál es la función predominante en las portadas? Explique por qué.
4. ¿Cuál es la función complementaria utilizada en estas portadas?

CAPÍTULO V

FUNCIÓN CONATIVA, APELATIVA O CONMINATIVA



OBJETIVO GENERAL

Identificar con claridad los fundamentos de la función conativa, también llamada apelativa o conminativa.



OBJETIVOS ESPECÍFICOS

Reconocer cómo se usa la función conativa en los medios informativos tradicionales y en el mundo digital.

Distinguir los elementos que fundamentan esta función, utilizada en campos como la publicidad de productos de consumo, la publicidad de carácter social y la propaganda de ideas religiosas y/o políticas.

Establecer cómo la función conativa puede servir para preguntar, consultar y hacer gestiones administrativas ante organismos o entidades de cualquier tipo.

5.1. CENTRADA EN EL DESTINATARIO

Según Jakobson (1994), esta es la función que busca definir la relación que se da entre el mensaje y el destinatario. Está orientada específicamente al receptor o destinador, como uno de los factores fundamentales en el proceso de la comunicación. Como se ha explicado, la comunicación es una actividad humana que siempre tiene una finalidad, que lleva implícita una empresa, un designio (un signo interno), una intención o un propósito. El receptor de la comunicación es, en este contexto, el factor predominante sobre todos los demás componentes del proceso. Esta función está centrada en la segunda persona del singular o plural, de quien se espera obtener una reacción, una respuesta o la realización

de un acto que se derive de la recepción del mensaje que ha sido enviado. Para reafirmarlo, se recuerda que el filólogo español Hernán Urrutia-Cárdenas considera que la función conativa «se proyecta hacia el receptor para despertar en él una actitud determinada. Sus coordenadas básicas son el *tú, ahí o, ahora*» (1979, p. 195). Despertar significa estimular, excitar, provocar, animar, incitar.

Las modernas tácticas de mercadotecnia utilizan esta función de la comunicación con el objetivo claro de impactar al destinatario: dar en el blanco, pues nadie emite un mensaje para que no sea recibido, o para que no sea captado o para que pase desapercibido. El mismo hecho de querer comunicarse (filosóficamente) involucra la búsqueda o el afán de querer influir en uno o muchos receptores. Pero en la actualidad, esta función se utiliza para hacer creer al receptor que lo que se le está comunicando es verídico, por eso se usa tanto en la promoción de productos o ventas de todo tipo. Por eso, también, la idea es lograr que el receptor se oriente según lo esperado.

En el caso particular de los medios informativos de esta era digital, las poderosas multinacionales globales siempre están buscando que las audiencias sean cada vez más grandes. De hecho, la comunicación de este tipo con mensajes verdaderamente masivos logra hoy más que nunca el nivel más alto de impacto (a niveles mundiales) en la historia de la humanidad. Internet es el instrumento que ha permitido un avance sustancial en esta interconexión planetaria y un claro ejemplo fue el más reciente campeonato mundial de fútbol celebrado en Brasil (junio-julio, 2014) que posee la marca más alta de audiencia en toda la historia de las transmisiones deportivas por televisión, según informó Stetler (2014), periodista de *CNN en Español*, señalando que en Estados Unidos el fútbol ya está compitiendo con las masivas audiencias de las grandes finales de sus deportes clásicos: fútbol americano y basquetbol.

Pero en todo caso, no solo se busca que el destinatario reciba un mensaje. Esta función establece qué tipo de mensaje va a recibir la audiencia. Es decir: ¿cuáles serán los efectos que se pretenden conseguir?, ¿qué gestiona, en realidad, cada mensaje?, ¿cuáles son los elementos que en el mensaje se van a utilizar para hacerlo más eficiente?, ¿de qué modo o forma esa comunicación cobrará efectividad? De estas y otras preguntas se preocupa la función conminativa que es, por excelencia, una función que presta atención a quienes van dirigidos los mensajes.

Para los mercadólogos, por ejemplo, el uso de esta función implica estudiar, analizar e investigar a sus potenciales clientes. A estos se les denomina con la expresión usada en inglés: *target* (objetivo). En el mercadeo de productos o servicios es relevante saber, ¿a quién se está dirigiendo el mensaje?, ¿cuáles son los gustos y costumbres de las audiencias?, ¿dónde está ubicado físicamente? En ese ámbito resulta fundamental el conocimiento del público objetivo al que se dirigen las comunicaciones, y es la guía para la toma de decisiones de comercialización; resoluciones tan vitales como el precio de los productos: ¿cuánto está dispuesto a pagar el cliente?, ¿hay ya alguna alternativa al producto en el mercado y cuánto está pagando por este? Y otros puntos relacionados a las cuatro «pes»: producto, precio, plaza y promoción.

En cualquier plan de comunicación estratégica, primero se realiza un trabajo de exploración e investigación para saber quién será el receptor. Así también en el mercadeo de productos, primero se establece el perfil del consumidor, y luego se define qué tipo de comunicación será la más adecuada. Es hasta ese momento que se diseñará el mensaje, acorde a los parámetros del mercado meta, público objetivo o del consumidor ideal, pues lo que busca es «impactar» de forma efectiva, al menor costo. Los objetivos del mercadeo (social o comercial) son claros: influir en el destinatario o receptor para que realice una acción. Los especialistas en comunicación para el desarrollo o el «buen vivir» deben tomar en cuenta esta función, pues les permite conocer primero a sus receptores o destinatarios, así como sus contextos en tanto se descubren los diversos intereses personales y grupales, adecuando los mensajes correspondientes a esas necesidades.

Respecto a la función apelativa, también puede ser diseñada una comunicación para que la audiencia deje de hacer algo, en sentido negativo, pero que resulte positivo social o personalmente. Puede ser con el propósito de que tome en cuenta medidas de precaución, porque se acerca una tormenta tropical o ante un inminente peligro natural como sismo, erupción volcánica, desborde de ríos, etc.; pero también para que no se vote por un candidato, por una mala ley nacional o una norma municipal que afecta a la ciudadanía. El mercadeo político se encarga de este tipo de comunicación conminativa. La estrategia es diferenciar al candidato X del Z, convirtiéndolo en la mejor opción a votar. También puede buscar que el receptor deje de hacer alguna actividad que le resulte dañina,

como no comprar mariscos en temporada de marea roja, que no fume por los daños que se generan en su salud, que no tire la basura en playas, parques, calles y avenidas o lugares públicos, etc.

Los teóricos definen como conativos aquellos mensajes que buscan movilizar a la acción del receptor, a que actúe en forma directa. Cualquier mensaje unipersonal que ordene una acción es un mensaje conativo. La más simple de las convenciones conativas es dar una orden, pues conmina al receptor a realizar una acción.

Ejemplos como:

- Cierra la puerta.
- Ven hacia acá.
- Siéntate a mi lado.
- Debes cumplir con tus obligaciones.
- Por favor, silencio, vamos a empezar la clase.

Esto es conminativo, es imperativo, es comunicarse con fines de lograr un objetivo pronto, inmediato. Y son mensajes conativos porque están ordenando al receptor; se intenta lograr un objetivo claro y se ordena directamente a otra persona que cumpla con la orden. En realidad, el mensaje enviado pretende, intenta, procura que el receptor reaccione. Otra cosa es si lo hace, pero se busca movilizarlo y la finalidad será, de parte de quien recibe el mensaje, reaccionar o actuar.

5.2. CONSEJOS, RECOMENDACIONES

La comunicación conativa deberá ser diseñada con base en el receptor; pensada desde este elemento de la comunicación. Los consejos tienen características conativas. Las recomendaciones son transmitidas al receptor, matizadas con cierta suavidad porque son propuestas o exhortaciones. Los consejos no imponen, sugieren. No es lo mismo que un jefe ordene a un subalterno, a que este personaje le brinde a un compañero de su mismo nivel un consejo para una tarea. En estos casos, la función de la comunicación conativa resulta equivalente a externar una sugerencia. En algunos casos, esta será imperativa. Habrá otros momentos en los

que bastará un simple recordatorio y el mensaje conativo cumplirá su cometido, que es movilizarlo hacia alguna acción concreta. Por lo tanto, se debe cuidar el lenguaje que va a usar el emisor, el canal de transmisión, los códigos y la forma como va a comunicarse para lograr el efecto buscado.

Con esta función (como en cualquier otra), al analizar la perspectiva del receptor o destinatario, hay elementos que deben tomarse muy en cuenta. Este punto de vista se refiere al significado que el destinatario va a dar al mensaje que recibe del emisor. Nada de lo que se comparte es aceptado plenamente por parte del destinatario. Es más, la información solo es decodificada en la medida de las posibilidades que tiene el propio receptor. En el proceso de decodificación, el receptor siempre tendrá la última palabra. Es su capacidad de recepcionar el mensaje (y de decodificarlo) lo que dará el significado al mensaje. De allí la relevancia de definir correctamente al destinatario, conocerle bien, saber de sus gustos, de sus frustraciones, de sus miedos, de su universo cultural, de su contexto. Por supuesto en la medida que lo permitan las circunstancias.

Según Guiraud (2004), la conminación puede dirigirse a la inteligencia o a la afectividad del receptor. Y aclara que del primer caso se derivan todos los códigos de señalización, los programas operativos (trabajo, táctica militar, etc.) que tienen por objetivo organizar la acción en común. Del segundo provienen todos los códigos sociales y estéticos que tienen por objetivo movilizar la participación del receptor. La publicidad y la propaganda son algunos de ellos que se enfocarán más adelante en este mismo texto. Con una publicidad bien diseñada se pueden desencadenar estímulos y reacciones afectivas, señala Palacios (1983).

5.3. PREGUNTAR, SOLICITAR, EXHORTAR, ETC.

Las preguntas son planteadas de manera conativa porque tienden a generar reacciones en el receptor, o por lo menos se espera que haya algún tipo de reacción, positiva o negativa, pero que la haya. Eso es lo esperado. Ejemplo:

- Pregunta: —¿Traes el dinero que te pedí anoche? (Interpelación).
- Respuesta: —Claro, aquí está. (Ejecutando una acción, reaccionando a un acto verbal con un una acción).

La comunicación es eminentemente conativa cuando se plantea como una solicitud, cualquiera que esta sea, pues lo que busca es una respuesta. Si se solicita información a una entidad de gobierno, se espera que la reacción sea positiva. No espera que se la nieguen, aunque esto puede suceder y está dentro de un marco lógico. Por eso, las preguntas hechas a los interlocutores tienen una vocación conativa, porque existe una expectativa de parte de quien dirige la interrogante.

5.4. OTROS EJEMPLOS DE FUNCIÓN CONATIVA

Las leyes cumplen funciones conativas de comunicación. También los manuales instructivos que en su caso contienen advertencias claras que deben cumplirse a cabalidad para orientar los pasos a seguir sobre ciertos puntos importantes, como cuál pieza se arma primero y cuál más tarde. Verbigracia: un instructivo que dicta la manera de preparar una fórmula en química. Es obvio que no debe hacerse de otra forma, solamente como la indica el texto.

Si alguien se salta u olvida un paso (o se anticipa a otro) puede que no logre alcanzar adecuadamente el objetivo final. Seguir instrucciones es importante para hacer algunas cosas para armar equipos electrónicos, construir juguetes o hacer funcionar un aparato, etc. Todo eso se comunica haciendo uso de la función conativa, que implica una ordenada forma de hacer las cosas.

En el caso de las leyes de un país, estas determinan la forma como las personas se deben comportar; indican la manera de ir y venir por la vida, de cómo ajustarse a las leyes. No cumplir con una ley significa buscar problemas. Las guías prácticas de estudio de cualquier materia son eminentemente conativas, pues pretenden que el estudiante se comporte de la manera como le está indicando la guía. Es más, hasta el nombre expresa actitud conativa: es una forma o manera de guiar las respuestas a que será sometido el alumno. Guiar, regirse, ordenar y/o mandar, todos estos son verbos que permiten alcanzar objetivos, basados en las instrucciones que se reciben. Comúnmente, alguien que estudie un curso por internet, a través de una guía se informa cómo deberá conducirse para lograr el éxito.

5.5. CONMINATIVA

A la función conativa también se le llama conminativa, que en cuanto a su función se diferencia de las otras cinco porque exhorta a hacer algo. Conminar es un verbo que implica obligación, la exigencia del cumplimiento de una orden, que bien puede ser una norma o una ley vigente. Es decir, lleva implícita la supervisión por parte de una autoridad que tiene un mandato, una atribución de velar por el cumplimiento de la ley. Si no se cumple, se genera sanción, pena o castigo; lo que conlleva una amenaza: si no lo hace pueden generarse problemas. Es una facultad o potestad de la autoridad para castigar a cualquiera que infrinja las normas, cuya desobediencia implica castigos, penalizaciones que pueden ser suaves o severas.

Solo a guisa de ejemplo, los sinónimos del verbo conminar son: exigir, amenazar, intimidar, asustar, requerir, exhortar. A todo eso (y más) pueden recurrir quienes son depositarios de la ley o sus representantes. Y por eso la función conminativa tiene la característica de ser imperativa y por su imperiosa forma la ley implica obligatoriedad, bajo apremio de que se cumpla. Incluso si no se hace se puede intimidar a cumplir. Y si no lo logra, se aplica un castigo o una sanción.

5.6. SEÑALÉTICA

Otro punto que se deriva de la función conativa de la comunicación, es que de ella provienen los códigos de señalización, explica Guiraud (2004). Otro teórico que ha estudiado con profusión este tema es Costa (1989) quien la ha definido como: «la parte de las ciencias de la comunicación que estudia las relaciones funcionales entre los signos de orientación del espacio y los comportamiento de los individuos» (p. 9). El autor agrega que la señalética es la que regula y ordena estas relaciones.

En el caso de las señales de tránsito, tienen un objetivo claro: organizar adecuadamente el desplazamiento de los vehículos, lograr que los ciudadanos se conduzcan correctamente al transportarse en calles, avenidas y carreteras. Impiden que las personas se comporten incorrectamente pues imponen límites para la velocidad de automotores, destacan los lugares adecuados para estacionar, dirigen el sentido o la vía de calles y avenidas, así como definen los espacios y

lugares donde se permite el desembarco de personas y mercaderías. Las leyes de tránsito se hicieron con la misión de direccionar, ordenar la vida en la ciudad. Sus normas deben cumplirse todas en su conjunto. Son de observancia general y no permiten excepciones o se genera caos y problemas como colisiones, que pueden dejar severos daños, heridos y hasta muertes. Por eso, tienen la categoría de leyes de tránsito en todos los países y no simples reglamentos, como era hasta hace algunos años. Si no se cumplen, se imponen multas y sanciones. Una de las funciones conativas de las leyes que regulan el tránsito es que busca imponer el orden en las ciudades, sin las cuales sería imposible vivir.

Las señalizaciones públicas del tránsito de vehículos poseen sistemas mundiales relativamente unificados, reconocidos por su simpleza y sencillo diseño, con mensajes altamente icónicos. Una de las aplicaciones más prácticas es la señalética, que se utiliza en aeropuertos y lugares de alta densidad de personas como aduanas, centros deportivos o en espacios públicos de masiva afluencia de personas. La señalética ha desarrollado un nivel de altísimo reconocimiento por su simplicidad, colorido contrastante y formas visibles a grandes distancias y de simple lógica.

En otro caso, se recuerda que los toques de corneta militares son elementos altamente conativos, no solo por su nivel de simbología, sino porque cumplen la finalidad de ordenar, mandar, organizar y dirigir a una acción común a todos los miembros del cuartel o de la tropa. Los sonidos peculiares para levantarse son ampliamente conocidos, porque solo suenan al alba, muy diferentes a los que llaman a formación. Todas estas señales auditivas deben ser respondidas inmediatamente. Más apelación no puede existir: son cortos, directos, fuertes, diferentes cada uno y no es posible negar su advertencia simbólica. Es un lenguaje militar codificado conativamente, que deben aprender los soldados desde el primer día de entrenamiento.

5.7. PROPAGANDA Y PUBLICIDAD

La utilización más evidente de la función conativa se registra en ciertas piezas de propaganda (promoción política y/o electoral, o bien religiosa) y en algunas expresiones publicitarias (comercial), como indica Guiraud (2004).

¿Por qué? Porque su discurso se diseña especialmente con el objetivo de influir en los destinatarios: votar, consumir; tener fe o creer en los valores que promueven las religiones o las sectas. La publicidad electoral exterioriza en esencia mensajes que ordenan, apelan, sugieren o instan a votar por un candidato. También llama a abrazar o asumir una postura ideológica, aunque algunas veces se manifieste de manera indirecta, ambigua o hasta subliminal.

La finalidad de la propaganda es conquistar adeptos para el partido o para el candidato, hacer que el receptor (al final del proceso) vote en las elecciones por la propuesta que se le expone. Se afirma que, al usar esta función de la comunicación, el emisor tiene una actitud persuasiva y el ejemplo más claro es el discurso del político que se sube a una tarima, al frente de un grupo de personas. Algunos artículos de opinión que aparecen en revistas y periódicos buscan precisamente influir en la opinión del receptor, otros no y solo pretenden dejar plasmada su opinión o punto de vista.

Por su parte, la propaganda religiosa, un tipo especial de comunicación, busca enviar mensajes sobre valores del ser humano, con fines de sugerir la adopción de un comportamiento ético en la vida. El término propaganda se deriva de la institución fundada en Roma en 1622 por la Iglesia católica, llamada Sagrada Congregación para la Propagación de la Fe (Sacra Congregatio de Propaganda Fide) y estaba destinada a la tarea de organizar toda la actividad misionera de la Iglesia. El propósito era difundir el cristianismo, propagarlo por el mundo. Se le conoce con la apócope de Propaganda Fide.

Las expresiones publicitarias, en todas sus versiones, cumplen exactamente la función conativa o conminativa, solo que no en el plano electoral, sino comercial. Es la promoción de la imagen de marca o las bondades-valores del producto para que el receptor se adhiera a estos y termine consumiendo.

Ejemplo: —¡Compra el producto X! (Es similar a «vota por este producto»).

¡Ahora ya ni siquiera le piden al consumidor que compre el producto! Se promueve la adhesión a la marca. Incluso, los especialistas en semiología ven en la actual publicidad (que utilizan las grandes marcas) los mismos mecanismos de asociación o elementos fundamentales de las estrategias discursivas que se

utilizan en propaganda, con la finalidad de propiciar la devoción total a la imagen de la marca. La adhesión es la finalidad de las marcas de hoy. Se busca fidelidad total. Ya no se propagan las bondades del producto en sí mismo, sino se inspira a tener amor, se suscita el aprecio, se provoca un sentimiento de orgullo y de pertenencia al grupo de consumidores de la marca. Es decir, se pone en relevancia el prestigio de la marca y de todos sus productos que (bajo un mismo paraguas) son lanzados al mercado. Poseer los productos de una sola marca prestigiosa, hace al consumidor formar parte de un dominio exclusivo, disfrutar de un círculo de privilegiados, simulando una actitud casi de devoción religiosa. La comunicación conativa hoy despierta una función de propaganda nunca antes expuesta, solo experimentada en las últimas décadas en esta era digital llamada también la era de la imagen (de marca).

Estos actos trascienden la publicidad del producto, pues ahora se pretende crear sumisión total a los logotipos mundiales (condición exitosa que se construye al conquistar la mente del consumidor) y despertar un fervor que se le debe tener al nombre del producto o servicio. Esto se logra desarrollando una marca fortalecida, impecable, brillante, única e irrepetible. En mercadeo se denomina *branding*, y está basada en la exaltación del valor, credibilidad y singularidad de la marca. Así la publicidad comercial se convierte en propaganda y se desarrolla con elementos cargados de misticismo o de una nueva religiosidad comercial, pues se busca crear una arquitectura de esperanza y confianza que permita una holística adhesión.

Esas peculiares características que se pretenden despertar en el plano comercial y la promoción de la fe religiosa tienen parámetros similares. La fe en alguien o algo mueve montañas, se ha dicho desde siempre. Y esta nueva versión mercantil que convierte a las personas en clientes dichosos, satisfechos por tener una vida ligada al símbolo comercial (más que al producto) es lo que podría representar una enajenación de su conducta. En la era digital pocas marcas lo han logrado, pero estas son consideradas como las mayores y más fuertes compañías que comercializan sus productos en todo el mundo con gran acierto. Cada vez que surge una nueva versión del producto (siempre mejorado) y este salta al mercado, es adquirido por un ejército de fieles soldados consumidores. Devotos totales, seguros de alcanzar la felicidad por adquirirlo, pero además lucirlo.

Los verbos llevan implícita esta función, impregnados de una buena carga conminativa, porque invitan a una acción, cuando están dirigidos a una persona individual o a un grupo. Estos son: agáchate, sube, ven, etc., son todos aquellos verbos que se expresan de forma imperativa: ¡vote!, ¡escuche! También los vocablos como: ¡flashhhhh!, ¡última hora!, cumplen una función conativa en los medios informativos. En la promoción de ciertos productos, algunas frases ya gastadas como: ¡ganga!, ¡descuentos!, ¡solo hoy!, son anzuelos para llamar la atención, eminentemente conativos.

En todo caso, la función conativa busca presionar racional o emocionalmente a quien recibe la comunicación. Como es sabido, convencer al receptor no es fácil, puesto que a diario se vive en un mar de anuncios por radio, televisión, prensa, revistas, internet, etc., por lo que los publicistas usan toda clase de argumentos para lograr convencer que ciertas características de la marca lo beneficiarán o contribuirán a mejorar su imagen, su nivel social o que ayudan al ambiente. Lo que se busca, al final, es el consumo o adquisición del producto. Esta función busca convencer al receptor de algo.

5.8. FUNCIÓN CONATIVA EN RECETAS DE COCINA

Hay otro ejemplo del uso de la función conativa, pero quienes la utilizan tal vez no lo saben. Se da cuando un experto en el arte culinario (chef) redacta una receta de cocina y requiere que se sigan los pasos que él o ella da en forma ordenada para la realización de un plato de comida. La comunicación, en este sentido, implica una serie de indicaciones precisas de cómo deberá proceder quien aspire a reproducir el plato seleccionado. Es conativo, y es un paso a paso.

Eso es modelar o recetar la manera ordenada de cómo se procede en la cocina. Si usted pone la debida atención escuchará una serie de verbos que en forma imperativa le indican con toda claridad: corte de tal manera la carne y las verduras; prepare el horno a tantos grados, coloque en el recipiente una cama de tal cosa, encienda, enfríe, caliente, bañe, espere unos minutos, sirva de tal manera. Esto tiene un sentido conativo de exigencia, casi imperativamente.

Cualquier persona que comparte con los demás su mejor receta o la manera de hacer un plato de comida, tiene una actitud de apelación; casi le exige a quien la

lee o escucha que elabore el platillo como él o ella sabe hacerlo. Es conminativo. Su experiencia le permite demandar del receptor una serie de observancias, para que al final sea un éxito el camino recorrido. Por eso, la presión de la comunicación (como buena función conativa) se hará sobre el receptor.

PREGUNTAS DE REPASO

1. Construya una definición propia de función conativa.

2. ¿Es falso que la comunicación que usa esta función debería ser diseñada, pensando en los receptores? Fundamente su respuesta.

3. ¿Por qué todas las normas del futbol se basan en expresiones de comunicación conativa?

4. ¿Qué diferencia hay entre las piezas de propaganda política y las religiosas?

5. Dé cinco ejemplos de frases conativas utilizadas en la publicidad.

ANÁLISIS DE LA PROPAGANDA GUBERNAMENTAL

1. Ingrese a la página web del Gobierno de la República de Guatemala.
2. Descargue por lo menos dos video-*spots* promocionales de las obras del actual jefe del Organismo Ejecutivo o presidente de la República.
3. Apunte los principales verbos que se utilizan en los dos *spots*.
4. Compárelos, analícelos y estúdielos.
5. Haga un informe de por lo menos tres páginas, poniendo en relieve lo que descubra, en el marco de la función conativa, apelativa o conminativa.

CAPÍTULO VI

FUNCIÓN FÁTICA O DE CONTACTO



OBJETIVO GENERAL

Establecer cómo se usa esta función que actúa como mediadora entre emisor y receptor en el proceso de comunicación.



OBJETIVOS ESPECÍFICOS

Valorar los principios de la función fática y distinguir cómo se utilizan para hacer más efectivo el proceso de la comunicación.

Apreciar los múltiples formulismos que sirven para mantener la comunicación en la vida cotidiana, además de reconocer su importancia en los ritos y protocolos.

Advertir por qué esta función es relevante para el mantenimiento del proceso comunicativo, al obligar a la revisión constante del canal por el cual circula la comunicación.

Juzgar la importancia que tiene la primera función verbal que se adquiere en la infancia.

¿La función fática se convierte en la guardiana de la comunicación, la que posee la llave para abrir o cerrar candados?

6.1. BUSCAR EL CONTACTO

Esta función busca afirmar, mantener, avivar, prolongar, detener o interrumpir la comunicación, de acuerdo con Jakobson (1994). Centra su atención en el canal de la comunicación. Se puede entender como una función que busca aproximarse, que intenta la vinculación entre dos o más elementos, sean cosas o personas. Significa a la vez el mecanismo para establecer o instituir conexión y lograr un enlace. En todo caso, representa la búsqueda de contactarse, de acercarse al otro. Es el intento o esfuerzo por establecer contacto (comunicativo) con alguien. Enlazar significa acoplar, unir, juntar, ligar, vincular, relacionar. Todos estos conceptos tienen una función comunicativa, derivados de la función fática, como la bautizó Jakobson. Por su parte,

el mencionado filólogo español Urrutia-Cárdenas (1979) considera que sirve para comprobar el proceso de la comunicación.

Por eso, es la función que busca verificar si el circuito comunicacional sigue en funcionamiento, una acción que apunta a examinar el buen estado del medio de transmisión del mensaje y así establecer o conservar las condiciones de la comunicación, para mejorarla. O por lo menos para que estas puedan continuar inalterables. A veces importa menos el hecho de transmitir información, en cuanto es más relevante el hecho mismo de estar en plena comunicación o mantener el proceso, en contacto (vale decir), como esta función se denomina. Guiraud (2004) señala que el antropólogo Bronislaw Malinowski fue quien le dio nombre a esta función cuando estudió en 1920 las lenguas nativas del archipiélago de las islas Trobriand, cercanas a Nueva Guinea. Malinowski notaba que los isleños se quedaban platicando largamente entre las familias, cuando el padre regresaba de pescar y, frente al fuego, hacían interminables intercambios orales. Esto los hacía sentirse unidos. Jakobson volvió a retomar esta idea y le dio el mismo nombre para definir así a la función que se usa mientras se mantiene en plena conversación, tertulia o coloquio. Si uno mantiene el contacto comunicativo, se cumple con la función fática, está unido por el diálogo mismo. El referente del mensaje fático es la propia comunicación, señala Palacios (1983).

Ese fenómeno, en la era digital, se presenta con las comunicaciones telefónicas celulares, lo mismo que con las redes virtuales de internet. No importa tanto el mensaje o el contenido de la comunicación, pues el medio se convierte en el propio mensaje. En los chats se puede notar esta función con toda claridad, pues en dichos espacios las pláticas son informales y sus contenidos no tienen, por lo general, relevancia o impacto en la vida diaria. El teórico canadiense de la comunicación Marshall McLuhan lo profetizó en la década de los 60, pues afirmaba que el medio de comunicación creaba el propio mensaje, coincidiendo con lo que esta función pregonaba. Para muchas personas lo relevante es mantenerse platicando con amigos queridos o con familiares apreciados, en los ya tradicionales chats de rutina, o bien cara a cara en las llamadas telefónicas por internet. A los jóvenes les encanta permanecer en las esquinas de los barrios, por el simple hecho de estar hablando, haciendo funcionar el circuito de la comunicación: emisor-mensaje-receptor, intercambiando roles

una y otra vez, sin mayor contenido. Pero lo relevante es conservar el flujo de la comunicación, el vínculo. Muchas de estas conversaciones son livianas, muy superficiales, con contenidos repetitivos o sin mayor trascendencia.

Según Jakobson (1994), el foco principal de esta función debe centrarse en el canal de la comunicación o sea el medio físico con el fin de garantizar el contacto entre emisor y receptor, o destinador y destinatario. Porque, si se rompe el medio físico o canal, se quiebra el lazo que une a las personas (este hilo invisible) que enlaza, conecta a los dos extremos del proceso. Fáticamente, si hay fisuras o grietas en el canal, se dificulta la comunicación. Por eso es necesario estar revisándolo continuamente, para eso está definida esta función. Los ruidos en la comunicación pueden ser, como se sabe, de carácter físico y son los que interrumpen, entorpecen o hasta impiden el proceso, pero también pueden ser ruidos semánticos o sea en la parte del significado. Los primeros se relacionan con esta función, porque es el canal donde se presentan los ruidos técnicos.

Pero hay otro sonido que también cumple una función fática: el silbido o chiflido. Este signo agudo busca llamar la atención, sirve para que alguien preste oído. Puede ser aprobación o censura. ¿Podría considerarse función fática la del gorgorito de los policías de tránsito o bien el sonido que utilizan los árbitros en los juegos deportivos? ¿O el sonido de alerta que emiten las sirenas de las ambulancias? Sí, efectivamente. Sí, porque estas señales buscan la atención de los receptores, fáticamente.

6.2. FRASES FÁTICAS O DE SIMPLE CONTACTO

«Entiendo. ¡Cómo no! Ok, perfecto. Bien. ¡Ya!»

«¿Estamos de acuerdo? ¿Comprendió el mensaje, verdad?»

«Hace un buen día. Parece que va a llover. ¿Qué hermoso amaneció hoy?»

«Aló, ¿me escucha?, ¿cómo me está escuchando?»

«Por supuesto le escucho, claro; le escucho naturalmente, muy claro»

6.3. UNA FUNCIÓN PUENTE

El oficio de la función fática no es informar a fondo, ni embellecer la comunicación. Aunque puede comprenderse que cumple una función facilitadora inicial. En primera instancia puede generar contacto social y, posteriormente, completar una tarea de mayor relevancia y transmitir mensajes de verdadero contenido. Es posible considerarla como una función puente porque acerca a las personas, permite preliminares contactos y para que ulteriormente se genere la apertura a una posible comunicación verdadera.

Esta función sería la constructora inicial de las bases de una buena comunicación, si esos primeros acercamientos son adecuados. Como comúnmente se sabe, si desde el principio se crean ambientes propicios para buenas relaciones, es porque hay una buena comunicación, ya que se genera confianza ente las personas. Este ambiente propicio puede resultar en relaciones positivas más adelante. Es decir, la función fática podrá ser la responsable de esas aperturas primarias comunicativas o bien que sean cerrados los canales, de entrada, por haber sido mal planteados desde el inicio. Por eso, a esta función se le asigna una función precomunicativa, consideran los lingüistas. Es decir, abre o cierra puertas; permite la entrada o la cierra de tajo. ¿Se le podría llamar el portero o el filtro de la comunicación? Es como la guardiana de las llaves de una ancha compuerta que conduce a la comunicación o que encausa al sendero estrecho de la incomunicación.

Por eso, un simple «hola» es también el signo de un verdadero poder, el poder que permite iniciar una cordial conversación, pues no se requiere más que de otro saludo similar para emprender el intercambio comunicacional. El «aló» de la conversación telefónica es exactamente igual (fáticamente), pues permite decirle al interlocutor: estoy de este lado de la línea, listo para iniciar la charla.

Al pronunciar el tradicional «adiós», las personas (fáticamente) se despiden, terminan la conversación, y es señal que el momento de partir o terminar la plática ha llegado. Este vocablo (adiós) es apócope de la antigua expresión: «a Dios te encomiendo», como una bendición para quien salía de viaje. Pero el término se fue contrayendo con el tiempo, hasta quedar como ahora se repite, con una función fática de despedir la comunicación, obviando el contenido religioso de antes.

Un «hola», entonces, inicia el proceso; un «aló» indica que se está dispuesto a iniciar una charla telefónica y un «adiós» cierra el círculo de la comunicación. Tres palabras con función fática claramente establecidas. En otros casos, hay palabras y frases para interrumpir el proceso: «disculpe», «perdón», «espere un momento» o «¿de qué me está hablando?». Estas frases también son fáticas.

Otro ejemplo clásico de esta función es aquel que desarrolla una persona que se coloca frente a un micrófono y que busca examinar el funcionamiento de la amplificación del sistema de sonido: «uno, dos, tres, probando». Eso es una revisión fática del circuito, al utilizar un procedimiento electrónico que aumenta la potencia de la voz o la música. Por eso, se señala que esta función, en la comunicación en general, agrega poco contenido informativo al proceso e incluso puede llegar a tener una alta redundancia. Es decir, las personas bien educadas comienzan con un saludo tradicional, y se despiden con otra de estas (a veces) muy gastadas fórmulas de urbanidad.

Otros ejemplos de esta afirmación son aquellas conversaciones sin ninguna importancia en el elevador, en los pasillos del trabajo o en la estación del café o en los lugares públicos. Los interlocutores casuales abordan el recurrente tema del clima o de todo, de nada y de poca cosa. Estas comunicaciones tienen muy poco contenido y son de una enorme superficialidad, dado que siempre se acude a las mismas recetas. Solo cambia un poco el contenido y, a veces, ni eso.

Haga una prueba y analice los resultados. Estos rituales de urbanidad desempeñan la función de mantener el contacto humano, como muestras de amabilidad entre compañeros, ciertos amigos y hasta con desconocidos (se ve regularmente). Pero por momentos pudiera parecer que la función fática puede ser utilizada para evitar un contacto más humano, es decir, se manipula con fines de evasión. Al abordar temas como el tráfico de la ciudad, se está orientando el diálogo hacia superficialidades, temas baladíes. Así, el verdadero contacto social y la comunicación humana quedan relegados fáticamente de forma elegante. Pero es que, al final, la trivialidad temática se impone, cuando no hay nada relevante para compartir.

Si se retoma la idea original de Guiraud (2004), las interminables conversaciones telefónicas de los jóvenes que se aman y que apenas se han dejado de ver,

son claro ejemplo pues siguen conectados por el teléfono, más ahora que el celular es una terminal móvil. Esta es otra manera fáctica de no romper el hilo de la comunicación. Por el placer mismo, por el gozo de continuar en contacto (aunque no se vean por la lejanía) los enamorados siguen unidos por el sonido cómplice de su voz. De nuevo, las ondas electromagnéticas de los aparatos telefónicos permiten esta sensación de estar juntos, en contacto. O aquella frase, muy común, cuando se encuentran dos conocidos: «nos tenemos que ver otra vez, con más calma uno de estos días» (y nunca ocurre tal situación). Esa es otra expresión fáctica, totalmente.

Muchas veces la comunicación fáctica, sin recurrir a expresar un enunciado verbal, se cumple a cabalidad en ciertos fragmentos de mensajes muy cotidianos, como los carraspeos de garganta y las miradas cargadas de enojo de parte del profesor para lograr la atención de sus alumnos que charlan a media clase. El clásico «¡ejem!» significa «acá estoy, ya estoy presente». Es como para decir «iniciemos la reunión o la clase», o puede señalar «dese cuenta de que ya estoy en este lugar». Es una forma fáctica del lenguaje no verbal. La música característica de las emisiones de los noticieros, sea de radio o televisión, cumplen la función fáctica de anunciar el inicio y el fin del programa, igual que las de las series televisadas. De esta forma los receptores se ponen en alerta. Por otro lado se acostumbra a colocar el vocablo «fin», para señalar claramente que ha concluido la función.

Al final de cada película aparece un cartel que indica el final del film y representa una herencia del cine mudo, cuando el texto era complemento a la imagen y las películas no tenían sonido. Ese cartelito, que se sigue usando, cumple una función fáctica porque pone fin a la comunicación con el público receptor. Se supone que allí termina la película, aunque algunas continúan posteriormente, burlándose de esta tradición. Mientras que, en otro sentido totalmente opuesto, el prólogo de un libro es la antesala al contenido formal del texto, y también cumple esa función fáctica de apertura a la obra.

6.4. LAS LARGAS REUNIONES FAMILIARES

Guiraud (2004) afirma que Malinowski señaló el «profuso intercambio de forma ritualizadas» (p. 15) que permite generar esta función. Ejemplo de ello son las

largas reuniones familiares de los domingos o días festivos, y a las cuales una persona es invitada por primera vez a compartir la mesa. Sucede que el nuevo convidado tiene que «ponerse al día» con los viejos chistes que cada domingo repiten los actores de estas reuniones familiares. Este es como un rito de bienvenida a la familia, como afirmaba Malinowski.

Estas formas de comunicación familiar se convierten en rituales, pues forman parte relevante de esa relación que permite compartir recuerdos gratos, o no tanto, en un grupo más o menos cohesionado y que sus integrantes han sido unidos por «algo» que es digno de recuperar para el hoy o traerlo al momento presente y volverlo a vivir. Se revive fáticamente en la conversación de la sobremesa.

Esta es una función fática de la comunicación familiar, que hace a los presentes sentirse parte de un clan o de un grupo especial de personas, ligadas por lazos consanguíneos, que también pueden ser de amistad o afecto. Es como renovar la costumbre de sentarse en rueda junto al fuego, como vió Malinowski que hacían los isleños y que es un rito que viene desde la antigüedad, tiempos que se pierden en la memoria. Esa función comunicativa es la que los mantiene juntos, ligados a este flujo expresivo y efusivo que se repite y se repetirá muchas veces, ritualmente cada día festivo. De tanto usar los contenidos, desaparece la relevancia de los mismos pero es el lazo que los une. Y eso deviene en ritual, fáticamente.

Poyatos, referido por Calsamiglia y Tusón (2007, p. 18), señala que esto representa «la triple e inseparable realidad del lenguaje vivo, hablado, que existe sólo como un continuo verbal-paralingüístico-kinésico formado por sonidos y silencios y por movimientos y posiciones estáticas, es decir [...] la triple estructura básica de la comunicación». Dichas autoras consideran una situación prototípica de enunciación, cuando se presentan los elementos siguientes:

1.º Participación simultánea de quienes intervienen en la charla, a quienes se les llama interlocutores, porque intercambian de roles a cada momento.

2.º Presencia simultánea de los participantes, interactuando en el mismo espacio y lugar, cara a cara.

3.º Construcción simultánea de relaciones interpersonales, pues se activan, construyen y negocian en la interacción una relación interpersonal basada en sus características psicosociales: el estatus, los papeles o la imagen, etc.

Esta situación de comunicación está siempre colmada de gestos de complicidad, miradas de convivencia, codazos, abrazos, caricias y hasta puede ser adornada de pellizcos. Quién quita, hasta una patadita por debajo de la mesa. Todas estas actitudes comunicativas forman parte de la función fática que permite mantener el contacto con la familia y, por supuesto, sucede con los compañeros de estudio, del trabajo o el deporte, cada vez que hay reuniones.

Según los antropólogos que estudian los atributos lingüísticos, en este caso el lenguaje no se convierte en vínculo de acción, ni en instrumento de reflexión, más bien funciona como un lazo de comunicación socializante, que corresponde a la conocida tendencia a congregarse de los seres humanos. Su origen se pierde en la noche de los tiempos, pues viene desde la época de las cavernas. La función fática cobra vida de esta forma; está presente.

Estas costumbres son denominadas actos de interacción social y hay encuentros mínimos como saludos, excusas, elogios/halagos, peticiones y ofrecimientos, hasta otros elementos más elaborados como conferencias, juicios, debates, asambleas y servicios religiosos. Son las prácticas de la modalidad oral «que también se puede apreciar que aunque siempre hay interacción, permiten formas dialogadas o plurigestionadas —las más típicas— y formas monologadas o monogestionadas —las más formales—» (Calsamiglia y Tusón, 2007, p. 24). En una conversación común se argumenta y se polemiza, se cuenta y se relata, se explica o se expone y se describen situaciones, todas estas basadas en la función fática que sirve de puente entre las personas.

La reunión para contar chistes que convocan ciertos personajes destacados de un círculo social, virtuosos en la oratoria y comicidad, son eminentemente fáticos. A la larga, el contenido ya es tan importante como el hecho de estar presente en la reunión. Algo así sucede cuando se vuelven a reunir los amigos y se sienten parte del grupo, miembro de un conglomerado con el que se ha compartido vivencias y momentos de vida. Cada vez que hay una convocatoria a estos grupos de amistad, se cuentan las mismas anécdotas y se ríen de los mismos personajes paradigmáticos, de los casos y cosas de siempre, de aquellos hechos que les sucedieron a quienes forman parte del círculo.

Por eso, para quienes llegan de fuera, resultan tan aburridas las reuniones de estos grupos cerrados, porque no comparten las vivencias, emociones que son como retazos que unen el tejido de la historia y que recubre momentos de la vida en común y que son zurcidos nuevamente, cada reunión, con el afecto inmaterial de la amistad y los momentos inolvidables de la juventud, de un pasado que se convierte en comunicable y que se revive fáticamente.

Otras conductas comunicacionales en las que predomina la función fática: volver a ver la película vieja que tanto gusta, hacer sonar de nuevo la música del recuerdo o releer cartas de amigos, familiares o de antiguos amores; repasar aquel álbum de instantáneas familiares o remendar las fotos que se han roto con el paso de los años. Todas estas actitudes buscan o intentan congelar el tiempo. ¿Retrotraerlo? Aunque todos saben que es imposible, por unos cuantos minutos se vuelve a compartir, por algunos instantes se regresa al pasado y se reviven aquellos recuerdos, fáticamente. En la era digital eso es mucho más fácil, porque ahora las fotografías se han digitalizado y se intercambian. También ahora es muy fácil conseguir música y «descargar» películas antiguas. Es una serie de momentos inolvidables, como un lienzo de recuerdos.

Además de su fundamental carga referencial, hay que concederle una función fática a las fotografías familiares, que tradicionalmente cuelgan en las paredes de las casas antiguas. Vale agregar a estos elementos que tienen función de contacto o de enlace, a las piezas consideradas como «reliquias»: muebles, carros, estatuas, jarrones, incluso las construcciones singulares de hace varias décadas o hasta siglos. Todos estos objetos son simplemente objetos pero se les otorga una carga emocional muy fuerte y tienen la función de enlazar con el pasado, ya sea por la fecha en que fueron elaboradas o construidas, o por quienes fueron sus iniciales propietarios. También algunos adornos de las salas que fueron de los abuelos maternos, el piano del tío que murió en la guerra, el automóvil de un gran médico comprado a principio del siglo pasado, el jarrón precioso traído en un viaje que hizo la suegra, etc. A todos estos elementos de decoración se les otorga la función de cohesión, cumplen con ser mensajeros fáticos pues unen el presente con ciertos antepasados. La memoria entra en contacto con ellos cada vez que los mencionan.

6.5. UNA HISTORIA CARGADA DE FUNCIÓN FÁTICA

La función fática también tiene magia, como ejemplo la siguiente historia. Un anciano dice que cada vez que suena el reloj que le habían traído de Europa, como regalo de su matrimonio, le hacía recordar a dos personas: al tío abuelo que lo compró en Suiza (George) y a su esposa (Camila). Ambos fallecieron, hace más de setenta años el primero, y hace quince años el amor de su vida. Ese reloj es una joya para el anciano amigo. Su referente no es en sí mismo el reloj, que permanece colgado en la pared de la sala, sino todo el cúmulo de recuerdos que llegan a su olvidadiza memoria. Los retazos de alegría que llenan su vida. Ese primoroso reloj suizo cumple una función de contacto entre él y sus parientes fallecidos. Fáticamente ellos vuelven a estar presentes cada vez que suena el cu-cu. Porque el anciano revive la fiesta de su matrimonio y (mentalmente) ve ingresar al tío George con la caja que llevaba el apreciado instrumento para medir el tiempo, hecho por artistas suizos. Ese reloj de avencillas es el elemento que dispara semióticamente sus recuerdos, aquel mecanismo que da la hora en punto y que funciona como un enlace entre su vida pasada y el instante en que sale el pajarito mecánico a cantar cada hora. Y él lo espera con ansiedad, cada 60 minutos, sentado, casi a oscuras, en aquella enorme sala que ha envejecido junto a su dueño. El marcaje de la hora en punto será siempre igual, el ave no cambiará. Su canto será el mismo, pero para el anciano cada nueva hora, es una hora extra más que vive y vive por sus recuerdos. Y por eso espera escuchar el cu-cu. En ese instante un momento más de amor, una sensación de inexplicable felicidad invade su corazón. Fáticamente es aquel dispositivo de cuerda que lo llena de alegría, como aquellas cosas preciadas que mucha gente tiene en sus residencias, elementos mágicos que les permiten entrar en contacto con sus recuerdos. Así se cumple la función de contacto con los momentos más gratos de la vida.

6.6. LAS FÓRMULAS FÁTICAS

Una jovencita uniformada y perfectamente maquillada está de pie frente a la caja registradora de un restaurante de comida rápida. Al ver que se acerca, alguien le dice una de estas frases (u otras parecidas):

— Bienvenido a Restaurantes XWZ, «caballero», tenga usted muy buenos días.

Y le aconseja la oferta del día. Para despedirse, le dice:

— Fue un placer haberle servido, un verdadero gusto. Esperamos de nuevo su vista... vuelva pronto «caballero». Que disfrute su comida...

Ella, con una sonrisa un poco acartonada, busca hacer importante a ese alguien, enfatizando con claridad la palabra «caballero», aunque sea un cliente que llega por diversas razones, por la prisa, porque está muy ocupado, etc. La joven de sonrisa algo fingida ha sido el primer contacto que tendrá con esta empresa de comida rápida, y los altos ejecutivos lo saben muy bien. La joven cajera ha sido entrenada para verbalizar esta fórmula que cumple una función eminentemente fática, siempre intentando sonreír amablemente. Ese saludo está cargado de formulismo: es un procedimiento diseñado y comprobado en un laboratorio de comunicación de imagen institucional; es una manera de proceder que fue instaurada en la memoria de la chica por el Departamento de Servicio al Cliente de la empresa XWZ. La joven ha aprendido a repetir algunas frases. Cada vez que una persona se acerca para hacer un pedido u ordenar algo, repite esa y otras fórmulas orales muy parecidas, con leves variantes. Algunas cajeras logran repetir dichas expresiones (aprendidas de memoria) con gracia y facilidad, a otras les sale un poco forzado el mecanismo y los clientes pueden percibir falta de sinceridad, fáticamente.

Igualmente procedían antaño las recepcionistas telefónicas de las grandes empresas. Ahora, en las centrales digitalizadas de teléfonos ya están pregrabados estos fríos mensajes, y posteriormente ofrecen un menú de opciones al que se accede con marcar un número, propio de esta era digital. Con este nuevo esquema de grabación se ha perdido el contacto humano y la comunicación se ha vuelto fría, distante. En esta época de tecnologías modernas (en beneficio de significativos ahorros en salarios) se ha olvidado ese toque de humanidad que era propio del siglo pasado, en las grandes corporaciones. En la era digital, este artilugio automatizado y la digitalización substituyen a las telefonistas de carne y hueso. ¿Algún día en el futuro substituirá una máquina a la chica de la risa simulada, cara maquillada y frase aprendida de memoria que está de pie frente a la caja? Es posible, pero seguramente la sonrisa será totalmente plástica, ya no acartonada: seguramente pasará a ser fáticamente falsa.

En realidad, estas fórmulas (aprendidas y recitadas de memoria) de cómo saludar a los clientes a su ingreso a los establecimientos comerciales o de servicio, no distan mucho de ciertos mensajes que las personas presentan ante los deudos en una funeraria:

«Mi más sentido pésame».

«Siento mucho su pérdida».

«Su familiar ahora ya está en paz».

«Yaaa está descansando, por qué estaba sufriendo muuucho», etc.

Otro ejemplo de función fática lo representa el «*Happy birthday to you*» que se acostumbra cantar (en inglés) en las centros urbanos de Guatemala, para los cumpleaños. En otros países se canta en español. Este cántico se ha convertido en un verdadero rito fático, así también compartir un pastel o torta y reunirse con los compañeros del trabajo. En estas ocasiones tradicionalmente se desea «feliz cumpleaños», que es otra de las frases que resultan ser imperdiblemente fáticas.

Aquellos saludos formales al encontrarse (en la calle o en otro lugar) con una persona conocida, son signos de la buena educación o de estricta cortesía que cumplen una función eminentemente fática, porque se utilizan para iniciar cualquier contacto y son los que inauguran la comunicación. Pero también los que determinan su momento final.

Un estruendoso saludo de 21 cañonazos que resuenan desde el Palacio Nacional, a propósito de la visita de un mandatario a Guatemala, cumple públicamente una función de esta naturaleza. De esta forma, el gobierno central pretende hacer contacto auditivo con los habitantes de la ciudad, anunciando la presencia honorífica del ilustre invitado. Antaño, el sonido de los cañones abarcaba más allá de los límites de la ciudad, hoy las condiciones de expansión urbana son otras. Pero esta ruidosa tradición diplomática (al mejor estilo militarista) continúa con su significado un poco envejecido, como muchas otras costumbres de la vida gubernamental.

El protocolo es una de ellas: estirado, exagerado, excesivo, pero sirve para marcar diferencias, cumpliendo una función fática. El protocolo es para eso, para

ubicar a los personajes participantes en una ceremonia, cada quien en su lugar. Es señal de mantener la comunicación funcionando; entre unos y otros todos saben dónde deben colocarse, dónde sentarse, cuándo hablar, cómo vestirse y si no lo conocen, pues alguien se los puede aconsejar. Los directores de protocolo y los/las edecanes sabrán cómo colaborar para que todo salga bien. Todo ceremonial tiene una función meramente ritual. Los ritos del mismo tipo poseen contenidos similares en todos los países del mundo y casi siempre es una repetición de lo que se ha venido haciendo, por eso es fático porque es casi sin contenido, ya que se repiten las mismas fórmulas una y otra vez. Muchas veces de tanta repetición se pierde el sentido verdadero y se cae en un vacío, pues es oscurecido por las normas rígidas que lo determinan.

Otro ejemplo son las grandes ceremonias locales o nacionales. Estas forman parte de una comunicación fática importante, socialmente hablando. Esas fiestas cumplen esa función de crear cohesión entre los miembros de la sociedad. Por ejemplo, la celebración de la independencia patria, representa una comunión con los próceres independentistas. Se lleva a cabo con el objetivo de honrar la memoria de quienes firmaron el Acta de Independencia. A ellos la historia oficial los presenta como los fundadores de la República de Guatemala, quienes liberaron al país de un lazo que lo obligaba a formar parte del reino español, muy lejano en épocas de escasas y lentas comunicaciones. Eso es lo que simbólicamente se festeja en esa ceremonia en los institutos o colegios. Es una función de comunicación que permite –al nacido en esta tierra– la adhesión a un sentimiento de «guatemalidad», un hecho histórico que sigue siendo controversial, pero que oficialmente se conmemora el día 15 de todos los septiembres. El nacimiento de la república nos convierte, teóricamente, en seres humanos libres e iguales en derechos y obligaciones, dejando de lado ser súbditos de un rey y una reina ausentes. Esto es lo que se celebra, aunque tenga connotaciones políticas de tipo hegemónicas, pero fáticamente nos enlaza a esos días en que se fundó nuestro Estado-nación.

Para algunos jóvenes de la era digital, el himno nacional que se entona para esas fechas es oscuro, poco atractivo y hasta aburrido. Sus versos son representativos de generaciones que hablaban de manera diferente a la actual, con un español antiguo o con muy peculiares y extrañas palabras ahora en desuso

—han señalado estudiantes de los cursos de semiología de la Universidad Rafael Landívar, la Universidad Panamericana y la Universidad de San Carlos de Guatemala—. Representa un canto patriótico de finales del siglo XIX, con el cual la juventud del siglo XXI muy poco se identifica y lo canta sin saber cuál es su verdadero significado. Esta es otra forma fática de comunicación, pues se hace como obligación, sin tener idea clara del texto, sin entender a cabalidad su contexto histórico, político. Y al repetir dicho texto sin contexto, es además de una equivocación pedagógica de las autoridades nacionales, un error de carácter comunicacional porque resulta siendo fallido fáticamente, pues se pierde el contacto, y solo se ritualiza su entonación.

Tradicionalmente, en los poblados del altiplano guatemalteco se lanzan al cielo varillas con cohetes de pólvora que explotan a gran altura, anunciando el inicio de las ceremonias religiosas para las festividades dedicadas al santo patrono de la localidad, como mensaje de alegría y como una señal acústica de que inicia la fiesta popular. La idea de usar este recurso visual (por las noches) y de estruendoso contenido auditivo, tiene el objetivo de enterar al pueblo. Esa pólvora, al estallar por lo alto, cumple una función fática pues anuncia un acontecimiento especial. Es otro ejemplo donde se establece la comunicación fáticamente. Los juegos pirotécnicos, por su luminosidad tienen el mismo efecto fático, solo que se conciben para horas en que impera la oscuridad. Tienen gran belleza, colorido y los pobladores le otorgan características lúdicas y espectaculares, dignas de las mejores conmemoraciones. Esto es fático, también.

Similar situación se da con algunos sonidos que cumplen funciones fáticas. Se pueden mencionar los teléfonos celulares inteligentes, con resonancias distintas para cada usuario, o los pequeños sonidos electrónicos (como alarmas) que anuncian un nuevo mensaje de texto o el ingreso de un correo electrónico. Otros: los repiques de las campanas llamando a la iglesia católica o el sonido de la computadora cuando se inicia o se cierra la sesión. Porque estas señales auditivas, que nos dicen que algo sucede, representan una advertencia o una señal notoria que llama a la curiosidad del receptor. Cumplen una función de alarma, ponen en contacto al receptor con esa situación que desean advertir. El timbre de una vivienda suena cuando hay alguien en la puerta de ingreso, esta es otra función auditiva con carga de fatiga.

Cuando enérgicamente el juez somata el mazo, para iniciar la audiencia en su juzgado, y ejecuta la misma acción cuando concluye la sesión. Este sonido es simple, directo, limpio, escueto y viene a representar la carga moral que posee el sistema de justicia y así debería de ser: sin ambages, sin ambigüedades, sin rodeos. Es un golpe en seco que recuerda fáticamente que dicho juez está investido de la máxima autoridad en ese local y decide quién habla, quién calla y quién concede los turnos de la palabra a los actores del evento. El mazo resuena en toda la sala y es una llamada fática de atención al público presente. Esto se repite en todos los juzgados del mundo. Es otro acto de faticidad, como aquella botella de champán que se choca contra el casco de un nuevo barco, antes de ser lanzado a la mar, o el acto en el que se frota con santos óleos la frente del recién nacido, para cristianizarlo, después de entrar en contacto con el agua. La función fática es la que inicia o concluye la comunicación, en tanto el aceite forma una cruz sobre el tierno cuerpecito para entrar en contacto con su humanidad, otorgándole el primero de los santos sacramentos de la fe católica. Igual que administrar el santo óleo a una persona moribunda, para que logre vencer sus dolencias de cuerpo y alma antes de partir al más allá, como una búsqueda cristiana de paz y tranquilidad en sus últimos momentos.

Todos estos ritos que se han usado para ilustrar este texto, sirven para ejemplificar esta función, porque en ellos se pone de manifiesto sensiblemente el conducto, el canal o sea la parte material de la comunicación entre el emisor y el receptor. El rito se convierte en un medio o mecanismo de transmisión de algo simbólico. Todas estas señales, signos auditivos o físicos, llevarán siempre la misma información, no cambia su sentido, ni su significado. Es a veces poca (o simplemente repetitiva) la información que transmiten, pero permiten establecer algún tipo de contacto. Eso, eso es fático.

Al ponerse de manifiesto, estos signos comunican su sentido intrínseco por sí mismos. Eso sí: es el emisor el que las acciona. Puede que el receptor o destinatario tenga alguna reacción, o no la tenga, pero su función es iniciar la comunicación o darla por concluida, también darle continuidad, hacerla factible. Puede servir para revisar que esté abierto el canal, que esté funcionando plenamente y hacer énfasis en que está activo, o bien dar aviso si se ha detenido. La decidida consolidación del circuito entre el destinador y el destinatario, es una función fática por excelencia. Esa función estará siempre, por lo tanto, orientada al canal que se utiliza en el proceso de comunicación.

Es bueno recordar que las funciones del lenguaje, teóricamente dadas a conocer por Jakobson, fueron esbozadas para situaciones orales; es decir, para el lenguaje hablado, pero se pueden extender o extrapolar para la comprensión del proceso de la comunicación en general. Algunos autores consideran que la fática es la primera función verbal que se adquiere en la niñez, porque es relevante en esta etapa inicial de la vida humana, adquirir habilidades de comunicación, sin importar si está bien pronunciada o estructurada una palabra inicial al decirla, pues ya habrá tiempo para corregir errores. Lo que le da importancia al vocabulario naciente de los infantes es aprender a ejercitar el habla, adquirir la capacidad de expresar oralmente frases completas; poner en orden esas primeras palabras que van aprendiendo, poco a poco.

Tampoco se insiste mucho para este primario proceso de aprendizaje de la niñez, en que sepan contextualizar el mensaje, interesa más que desarrollen la destreza de expresarlo. Esto es eminentemente fático. Se les aplaude cuando logran hacer contacto con sus padres por medio de sus primeras expresiones orales. Fáticamente este saludo de éxito, es cuando el niño o la niña logra codificar alguna cosa concreta, aunque sea balbuceando algunas cuantas palabras cortas. Lo que se resalta, además del esfuerzo, es iniciar la comunicación verbal en sus más primigenias formas. Aprender a hablar, a codificar, a unir unas letras con otras representa ese esfuerzo fático y a la vez aprende que un golpeteo de manos de sus padres significa alegría, por su triunfo.

Dice el teórico francés de la publicidad, George Péninou (1976), que la función fática puede apoyar el esfuerzo de los mensajes de este tipo, al ser:

Distinta de la sustancia semántica transmitida, (por que) corresponde en definitiva al ejercicio de la función fática, función de búsqueda de contacto del esquema comunicacional.. y apunta hacia la fuerza mediante la forma, o si se prefiere, a la fuerza de la forma, es decir a la visibilidad. (p. 128)

Esto es debido a que la primera necesidad de la publicidad es hacerse notar. Se convierte en una condición primordial y desde la forma o la fuerza de la forma, el manifiesto o arte publicitario logrará su cometido de hacer contacto con el grupo que pretende alcanzar.

PREGUNTAS DE REPASO

1. Construya su propio concepto o definición de función fática.

2. ¿Por qué la función fática fue bautizada por el autor del libro como la *gatekeeper* o portera de la comunicación?

3. «Hola. Adiós. ¿Aló?». Tres palabras claves para la función fática. ¿Explique por qué?

4. ¿Qué afirman los antropólogos del lenguaje sobre la función fática y la acción socializante de los actos orales en pequeños grupos?

5. —Buenos días caballero, buenos días señorita, etc. ¡Es un gusto atenderle, bienvenido al restaurante XWZ! Frases muy parecidas a estas son diseñadas en algún laboratorio... ¿dónde, por qué y para qué se hacen?

ACTIVIDADES DE REFUERZO

DESCUBRIR FUNCIÓN FÁTICA EN TRES MEDIOS DISTINTOS

1. Elabore un documento, no menor de tres páginas, en las que ponga de manifiesto con ejemplos, tres tipos de elementos fáticos obtenidos de tres tipos de medios de comunicación periodísticos.
2. Buscar tres ejemplos de función fática en una o varias ediciones de un medio impreso (revista o periódicos), tres ejemplos tomados de programas de TV y tres de programas de radio.
3. Hacer una relación entre elementos, para ejemplificar con claridad y puntualidad, por qué se consideran como parte de la función fática de la comunicación.

FUNCIÓN FÁTICA EN LA PUBLICIDAD EN INTERNET

1. En internet busque dos anuncios de productos que le sean muy conocidos, que tengan las siguientes características:
 - a. Ser altamente contrastante en sus colores.
 - b. Fotografías muy vistosas.
 - c. Frases muy cortas y directas o ningún texto en el anuncio.
 - d. Poca presencia de la marca.
2. Descubra cuáles son los elementos fáticos por excelencia en cada uno de ambos anuncios: color, forma, textura, contraste, diseño.
3. Elabore un informe no menor de tres páginas, en el que haga una síntesis crítica sobre sus descubrimientos, basado en la función fática de la comunicación.

CAPÍTULO VII

FUNCIÓN METALINGÜÍSTICA



OBJETIVO GENERAL

Distinguir con claridad cómo esta función se utiliza en el lenguaje diario y la forma de operar al estudiar el significado de ciertos conceptos.



OBJETIVOS ESPECÍFICOS

Reconocer el valor que tienen los diccionarios y cómo esta función opera en los juegos de palabras.

Descubrir la relevancia que tiene el esclarecimiento de códigos secretos y cómo esta función sirve para evitar confusiones en la comunicación.

Comprender cómo la función metalingüística interviene cuando alguien cuenta un chiste, y su operatividad en el aprendizaje de idiomas.

¿Se puede considerar a la función metalingüística como la piedra de Rosetta de las funciones de la comunicación?

7.1. DEFINIR EL SENTIDO DE LOS SIGNOS

La función metalingüística está centrada en el código del mensaje y tiene por objeto definir el sentido de los signos, aquellos que pueden ser no comprendidos adecuadamente por el receptor, cita Guiraud (2004) a Jakobson. Esta función busca explicar los códigos que se utilizan en el propio mensaje, con el objetivo de evitar confusiones o interpretaciones erróneas. Es la función que permite remitir la comunicación al signo, y como tal, centra su misión en aclarar los lenguajes que utiliza para transmitir una señal lo más clara posible. Se debe utilizar para mejorar la comprensión del mensaje, o sea de la comunicación, y se hace en el instante en que está

sucediendo el proceso. «La función metalingüística apunta al lenguaje cuya referencia es el lenguaje mismo», considera Urrutia-Cárdenas (1979, p. 195).

La semióloga de origen belga Klinkenberg (2006) propuso llamarla metasemiótica, para que su nombre no generara confusión y se creyera que solo se refiere al tema lingüístico. Al analizar la propuesta de Klinkenberg puede que tenga razón, pero es una idea que no ha calado en los sectores académicos y sigue siendo llamada como Jakobson la bautizó.

Esta función permite referirse al propio lenguaje, algo que es excepcional. Digno es recordar que el lenguaje humano es el único sistema de comunicación que puede hablar de sí mismo. Ningún otro animal que puebla la tierra puede hacerlo, ni el chimpancé (con su gran capacidad de aprender señas, muecas y sonidos) ni los delfines (interesante lenguaje tan estudiado en los últimos años como un prodigio de la comunicación animal) están en capacidad de referirse a su propio esquema de comunicación. El ser humano puede analizar su lenguaje, debatir sobre él, desmenuzarlo, calificarlo, evaluarlo.

La función metalingüística busca aclarar y definir sentidos; puntualizar temas, significados, o referirse a la esencia misma del lenguaje. Es comunicación sobre la comunicación; comunicación en torno a la comunicación. Busca que sea perfectamente comprensible el significado del significante. Va más allá de lo estricto del mensaje, por eso se llama «meta». Los diccionarios, las gramáticas y algunos tratados de la lengua cumplen esta función metalingüística que tiene por objetivo delimitar el significado de una palabra o de las reglas de uso del buen decir o de la estructura gramatical. Lo que se pretende, al usarla, es un mejor entendimiento. Y es que el lenguaje es como un sistema vivo, pues puede mejorarse a sí mismo. Utilizar un diccionario es la mejor manera para encontrar el significado que se le otorga a la palabra seleccionada. Buscar en el diccionario es tener una actitud metalingüística y es una costumbre sana. Evita confusiones, aclara ideas y enseña conceptos.

Se usa la función metalingüística cuando se habla por ejemplo de «la democracia», como dice Guiraud (2004), y se coloca entre comillas para señalar que es el verdadero sentido de la democracia y no como se entiende en la actualidad. O se señala con claridad «democracia en el sentido ateniense», entre comillas.

Esto es un recurso para referir al código que está siendo utilizado en el proceso comunicativo, que da a entender adecuadamente el significado de lo que se busca transmitir con el concepto. En las clases de lenguaje se usa para que los alumnos aprendan a entender cómo funciona el lenguaje mismo. Igual que en los estudios de gramática, que son las normas y reglas para hablar y escribir correctamente una lengua, así también se utiliza el lenguaje.

7.2. PECULIARES COMBINACIONES Y SIGNIFICADOS

Jakobson (1994) también incluye en el código las peculiares combinaciones entre las palabras. Las expresiones metalingüísticas son típicas de las situaciones de aprendizaje de idiomas donde el alumno pregunta al maestro, a cada momento, por el significado de la expresión que no reconoce. Esta práctica representa un diálogo o intercambio de significados en torno al código que se usa en el idioma nuevo.

La función metalingüística centra su atención en el código de la lengua o de algunas expresiones de cada región o país. Por ejemplo, a las personas que se llaman Jesús, en México les dicen «Chuchos», pero en Guatemala así son llamados los perros. En diminutivo (chuchito) es una comida como el tamal, hecha a base de maíz y que se cocina envuelta en hojas. Cuando uno menciona los «chuchos de Guatemala», se refiere al animal de cuatro patas que ladra, en sentido coloquial. En cambio si dice «en Guatemala nos comemos los chuchitos», es una expresión con sentido metalingüístico, pues aclara el vocablo. Esta expresión le permite al usuario explicar los usos del lenguaje (en este caso, el lenguaje local) haciendo uso del propio lenguaje. Señala el código que funciona para referirse a ese código.

El metalenguaje es, entonces, un lenguaje con el cual se puede explicar el significado de los signos del propio lenguaje. Por lo tanto, la función metalingüística facilita la comprensión de un mensaje, que en alguna medida puede ser mal interpretado o mal comprendido. Es decir, busca enfatizar algún término o palabra que pueda resultar difícil de entenderse, por eso explica y esclarece su significado. Esta función también la cumplen las reglas del lenguaje, que en muchos casos son violadas por los hablantes, pero que son aceptadas debido a la costumbre. La función metalingüística permite referir el concepto al

código de donde se extrae. También se desarrolla a través de explicaciones o de ejemplos que clarifican su sentido de comunicación.

7.3. EJEMPLOS DE FUNCIÓN METALINGÜÍSTICA

1. Las palabras esdrújulas llevan tilde.
2. La diferencia entre halla y haya, es que la primera es una palabra que se escribe con «ll»; y la segunda con «y». La primera significa encontrar o descubrir. La segunda se relaciona con el verbo haber, que denota obligación o necesidad.

Ilustración 1.



Fuente: Lavado, J. F. (s. f.).

La actitud de Mafalda podría significarse como metalingüística, porque está en búsqueda del código para encontrar explicación o significado del término en el cartel, y con su humorística manera de expresarse, manifiesta una duda sobre el «latinazo» inscrito.

7.4. METALINGÜÍSTICAMENTE SE JUEGAN Y SE DESCUBREN PALABRAS

La connotada lingüista española Ana María Vigara Tauste (1992) considera que esta función sirve en la vida diaria de muchas formas. Una de ellas es juzgar o crear un estilo literario para una obra y otro es poder entender complicados juegos de palabras, y a su vez para aprender una segunda lengua. También, por medio de la función metalingüística, se pueden crear y/o interpretar expresiones ambiguas, es posible que la gente ría ante ciertos *lapsus linguae* (equivocaciones en la pronunciación) o también comprender/interpretar las conductas de algunos de nuestros semejantes, si se conocen adecuadamente sus códigos.

A la vez, por medio de la función metalingüística es posible jugar «ahorcado», que consiste en adivinar letra por letra una palabra, hasta alcanzar un significado inconcluso o escondido. También es metalingüístico el juego de palabras Scrabble (formar palabras que valen puntos con ciertas letras) o Pictionary; o bien hacer los entretenidos crucigramas. Cada palabra, en el caso de estos últimos, tiene un único significado que solo puede coincidir con un determinado número de letras. ¡No hay dos posibilidades! Se busca la más perfecta codificación en estructura y correspondencia en cuanto a significación de un vocablo, según su estructura gramatical. Una mayor forma de codificarla es imposible. Por eso gustan tanto estos juegos, pues lo que se averigua tras las definiciones dadas, es la respuesta verdadera a una codificada forma de expresión a veces misteriosa, a veces inconclusa o sobrentendida. Muchas veces es confuso o demasiado corto el concepto. La idea de ambigüedad funciona para intentar confundir al receptor, oponente en el juego. Hay que averiguar la clave, el código y develar el misterio para ganar. Esto (se supone) solo lo logran los más cultos, los más inteligentes. Nadie quiere ser, metalingüísticamente, lo contrario.

A través de esta función los estudiosos están en capacidad de resolver los jeroglíficos de antiguas civilizaciones, como la egipcia o la maya. Lo que se necesita es comprender el código. Por ejemplo, la piedra de Rosetta (196 a. de C.) permitió descubrir el código de tres lenguas; jeroglíficos egipcios, escritura demótica y griego antiguo, tras los estudios de varios años del código de cada una de las inscripciones que contenía una estela encontrada en 1799, en la campaña

francesa de Napoleón por los territorios egipcios. Fue hasta en 1822 cuando el militar y lingüista Champollion descubrió que era el mismo texto inscrito en tres formas distintas. La piedra de Rosetta cumplió una función metalingüística de incalculable valor para la humanidad, al descubrirse el código trilingüe de sus inscripciones. Los grabados en la piedra permitieron, al ser descubiertas sus claves, que se alcanzara la decodificación de tres formas de expresión perdidas en la memoria de los tiempos.

Hay frases comunes de las definiciones que son metalingüísticas, como aquellas que rezan:

«Una mesa es un objeto de cuatro patas»

«Vaca se escribe con v y no con b»

«Acro es un prefijo proveniente del griego, que se suele utilizar en términos como acrópolis»

«Baloncesto es una palabra compuesta por balón y cesto»

«Las oraciones exclamativas son las que expresan una emoción. Se escriben utilizando signos de exclamación, como: ¡viva Guatemala! Al ser pronunciadas se identifican claramente porque se sube el tono en el momento en que se entonan»

7.5. LOS TÍTULOS DE LA OBRAS INDICAN EL CÓDIGO

Guiraud (2004, p. 16) explica que «con frecuencia, el título de una obra de arte remite mucho más al código adoptado que al contenido del mensaje». Esto puede aplicarse a las artes pictóricas modernas y a las películas conceptuales. Metalingüísticamente el receptor decodifica que si la obra se llama «Sofía quiere aprender», puede abordar una temática filosófica, por el nombre de la protagonista que lleva implícito el título. Otro ejemplo es la película guatemalteca *Puro mula* (2009), del director Enrique Pérez Him. Al conocer el título, seguramente una persona nacida en esta tierra casi de inmediato supondrá que la historia tendrá un contenido liviano y será de lenguaje popular.

Así actúan los títulos de las obras, metalingüísticamente le dicen al receptor qué tipo de código ha adoptado el autor, director o creador de la obra. Esta puede ser una novela, una pintura o cualquier otra representación artística. De similar manera, los subtítulos en las películas en idioma extranjero tienen este carácter metalingüístico, porque le permiten al receptor entender, en una traducción bastante cercana a su realidad cultural, lo que quieren decir los actores en un idioma que no es el suyo.

7.6. LA FUNCIÓN METALINGÜÍSTICA Y LOS CHISTES

En el caso de los chistes o bromas en doble sentido, la función metalingüística es la que permite acceder al sentido cómico por el conocimiento que el receptor tiene de las palabras involucradas (si conoce el código del chiste), en vista que son ciertos vocablos los que disparan la comicidad o el giro gracioso del tema en referencia. La función metalingüística está implícita, tanto entre el contador-emisor como en el receptor-escucha, porque si no el chiste perdería sentido o no sería entendido, lo cual no causaría hilaridad. En este contexto, los chistes tienen una carga muy alta de significados y experiencias nacionales, por lo que para un turista o extranjero, siempre es complicado o difícil de entender, aún más si no está al tanto del contexto en que cada chiste se cuenta.

Sin acudir a establecer el código que se va a usar, específicamente, el solo hecho de anunciar que se va a contar un chiste implica que el escucha debe poner su imaginación a volar y captar la doble connotación de las palabras o situaciones planteadas, para encontrarle ese tinte de comicidad que se pretende. Esta situación, de por sí, ya contiene una función metalingüística porque determina que el emisor acudirá a un código de humor, capaz de toda clase de sorpresas entre el significante y significado del discurso verbal. Cuando el chiste no se entiende –y por lo tanto no causa ni la más leve sonrisa– lo que falló fue la codificación que hace el emisor, o la falta de acuerdo en el uso del código por parte del receptor. Sin claridad o con dificultades de coincidencia de los mismos significados, para los significantes utilizados en el chiste; la perturbación está en el código y el proceso comunicativo falló. Si el chiste provoca hilaridad, la función se ha cumplido: el código fue acertadamente interpretado y se obtuvo el significado que el emisor deseaba.

7.7. ANUNCIO CON FUNCIÓN METALINGÜÍSTICA

Fotografía 7. Anuncio promocional en periódico

SÁBADO 2 DE AGOSTO DE 2014 - NUESTRO DIARIO 7

4 HOY Y MAÑANA CUÁDRUPLE SALDO

Exclusivo en **TODAS LAS RECARGAS A PARTIR DE \$5** que te envíen desde U.S.A.

Claro
Claro que sí

147-100 claro.com.gt

Fuente: *Nuestro Diario* (2 de agosto de 2014, p. 7).

Este es un desplegado de prensa de la empresa de teléfonos de capital mexicano, Claro. El anuncio, además de la función fática, también usa la función metalingüística para hacer ver al receptor que el servicio que ofrece es solo para las recargas que son enviadas a los usuarios en Guatemala, por personas que residen en Estados Unidos. Es un anuncio que apareció el sábado 2 de agosto de 2014 en *Nuestro Diario*, un periódico popular y sensacionalista que (por regla general) va dirigido a los obreros del país. Este representa al segmento socioeconómico clase «C», quienes se supone que tienen familiares migrantes en diversas ciudades del país norteamericano. Por eso la empresa de telecomunicaciones se anuncia a página completa, para informar que la oferta dura apenas 48 horas, pero es en exclusividad para las recargas que adquieran los guatemaltecos que viven allá. No aplicaría para las recargas en Guatemala, ni ningún otro país.

La función metalingüística es aquella que, en el propio mensaje, aclara el código que está usando para evitar confusiones, según la teoría de Jakobson. En este anuncio, el sombrero del conocido personaje del tío Sam, funciona claramente para ese concepto. El texto dice que estas recargas valdrán el cuádruple, pero solo aquellas que se hagan desde aquel país, para los teléfonos ubicados en Guatemala.

El sombrero del tío Sam funciona no solo como símbolo de «lo estadounidense», sino como la clave (o llave) que establece y determina (abre/cierra) el código que permite entender o decodificar todo el mensaje. El sombrerito es la piedra de Rosetta del mensaje, si se le puede llamar así. Es un «disparador semiótico» incluido en el anuncio, incluso, por el propio lugar donde está colocado, pues se ubica en la parte superior, anterior a todo el texto. Es el elemento que más atrae la atención visual del receptor.

El sombrero utiliza colores de la bandera de Estados Unidos y una de sus formas más simbólicas: las barras y las estrellas. Una pequeña bandera está colocada estratégicamente al lado de la palabra saldo, escrita en mayúsculas y remarcadas con *bold*, pintada de color rojo, aunque es también el color institucional de la compañía; por lo tanto su uso lo hace memorable. Rojo, azul y blanco: más estadounidense no puede ser. El sombrero es, entonces, además del elemento disparador semiótico, la pieza clave para darle sentido o amarrar todo el mensaje. Cumple una función metalingüística con efectividad.

PREGUNTAS DE REPASO

1. ¿Cómo sería su definición conceptual de la función metalingüística?

2. ¿Para qué explicar el código de donde se extraen los conceptos de lo que se está comunicando? ¿No crea eso más confusión?

3. ¿Por qué es una sana costumbre metalingüística buscar significado de palabras en el diccionario?

4. ¿Usar comillas en un texto es usar la función metalingüística? Colocar un ejemplo de este uso.

5. ¿Por qué es tan valiosa para la historia de la cultura de la humanidad la piedra de Rosetta?

6. ¿Por qué se afirma que para entender un chiste o una broma en doble sentido se debe acudir a la función metalingüística?

EJERCICIOS

LOS CÓDIGOS DE LA CORTE DEL REY LUIS XIV

1. Investigue sobre la obra *El burgués gentilhomme* (*Le Bourgeois gentilhomme*) una comedia-ballet del dramaturgo y comediógrafo francés conocido como Molière, estrenada en 1670.
2. Haga un trabajo no menor de tres páginas, basado en su argumento y utilice la función metalingüística para interpretar las intenciones del protagonista, un rico heredero que desea ingresar al exclusivo ambiente de los aristócratas de su tiempo... algo muy difícil para quienes no conocían los códigos de conducta y sus peculiares lenguajes. Consulte varias fuentes.

DESCIFRAR LOS CÓDIGOS EN UNA PELÍCULA GUATEMALTECA

1. Vea la película *Puro mula*. Analícela con detenimiento, con ojos críticos. Disfrútela. Crítiquela.
2. Apunte al menos 25 palabras muy guatemaltecas que el personaje central pronuncie durante el film. Deben ser guatemaltequismos.
3. Explique brevemente qué significan los vocablos que encontró. Esa es una función eminentemente metalingüística porque estará haciendo un diccionario de guatemaltequismos, pronunciados en una película nacional.
4. Haga un reporte de su experiencia como buceador de significados, en un trabajo no menor de tres páginas. Sea metalingüista, deles contexto.

FUNCIÓN METALINGÜÍSTICA EN ANUNCIOS DE MEDIOS IMPRESOS

1. Realice dos propuestas de anuncios para diarios o de revistas, que tengan como fundamento de su propuesta creativa, la función metalingüística (que busque aclarar el código, en la misma comunicación publicitaria).
2. Fundamente su producción en las lecturas del presente capítulo. Explique y razone.

EN UN MAPA DE GUATEMALA...

1. Conforme un grupo de cinco personas. Escojan a un integrante que escriba en cada uno de los departamentos de un mapa de Guatemala, un nombre que no le corresponda. Luego compártanlo en grupo. Analicen sus reacciones, en un proceso de compartir y reflexionar sobre la función metalingüística de correspondencia entre el departamento y su verdadero nombre.

CAPÍTULO VIII

FUNCIÓN POÉTICA O ESTÉTICA



OBJETIVO GENERAL

Comprender por qué esta función es tan importante para embellecer el mensaje en la comunicación.



OBJETIVOS ESPECÍFICOS

Valorar la operación de esta función, que pone su énfasis en el mensaje mismo.

Descubrir que esta no solo es la función del arte y de los artistas por excelencia, sino que va más allá de la apariencia.

8.1. EL MENSAJE EN SÍ MISMO

Jakobson dio a conocer la función poética, por último, también denominada función estética, centrando su atención en el propio mensaje y como «la encargada de definir la relación del mensaje consigo mismo», según el lingüista ruso-americano, citado por Guiraud (2004, p. 13). Establece la forma en cómo el lenguaje y el código, o ambos, van a ser utilizados por el destinador o emisor. No es una función que solo se relacione con el aspecto estético, es decir la belleza o el arte del mensaje.

Las expresiones bellas no son de uso exclusivo para esta función, pero es sabido que en la poesía es donde brotan versos que hacen rimar las palabras. La función poética es la que permite la dimensión artística del mensaje y toda la comunicación puede y debe ser construida basada en la estética, pero depende del modo cómo se plantee o diseñe. Cuidado con ser engañosamente simplista.

No es únicamente la función que utilizan aquellos que escriben bonito y con cadencia rítmica (los poetas). Es la función que permite la creación de los códigos abiertos, aquellos que dan pie a interpretaciones múltiples. Esta función tiene un altísimo contenido simbólico, y su esencia es permitir la creación de mensajes con diversas connotaciones. Las obras de

arte en la plástica, en la poesía, en el cine o la fotografía, cualquier mensaje que comunique a través de la estética y de sus formas llamativas, se genera, se puede construir, recurriendo a esta función.

Jakobson (1994) lo planteó claramente, así:

Cualquier tentativa de reducir la esfera de la función poética a la poesía o de confinar la poesía a la función poética sería una tremenda simplificación engañosa. La función poética no es la única función del arte verbal, sino sólo su función dominante, determinante, mientras que en todas las demás actividades verbales actúa como constitutivo subsidiario, accesorio. (...) De ahí que, al estudiar la función poética, la lingüística no pueda limitarse al campo de la poesía. (p. 358)

Con toda especificidad lo manifiesta: esta función no puede limitarse al campo de la poesía. Jakobson pide, en su texto, rebasar los límites de la poesía. Por su parte, Urrutia-Cárdenas (1979) considera que la función poética «se destaca por poner el relieve sobre el aspecto visible de los signos y sus cruces entre significación y extensión» (p. 195). Esto busca crear ciertos efectos, pues el signo mismo vehicula la expresión y las extensiones de su significación.

La función poética, en la literatura (dice el mismo autor) cumple como comunicación del propio lenguaje, potenciándolo, otorgándole todo el brillo posible. El mensaje poético es, en sí mismo, el centro de la atención de la comunicación, al utilizar esta función. Y se convierte en su propio sujeto. Urrutia-Cárdenas (1979) llama a este efecto: «valores connotativos evidentes» (p. 195).

8.2. BELLEZA A LAS FORMAS

Los discursos retóricos, los saludos solemnes, incluso los sermones religiosos utilizan la función poética al ser bosquejados, porque es importante el mensaje por el mensaje mismo, tanto la forma como el diseño y la factura (puesto que a veces impacta más que su contenido). Y, como su nombre lo indica, se usa en la poesía (por supuesto) y hasta los cómics bellamente ilustrados la utilizan para darle connotación a sus contenidos, a sus formas. Tal vez por eso, Klinkenberg (2006) considera que está mal bautizada esta función como poética:

En efecto, aunque se la emplea dentro del género llamado poesía, se la encuentra también en otros tipos de comunicación. Así, los frecuentes juegos de palabras en publicidad llaman la atención sobre la manera como el mensaje se ha formulado. (p. 66)

Como refiere esta autora, la función poética llama la atención del receptor, gracias a la propia forma en como se elabora, literariamente puede ser por un juego de sentidos textuales, pero también puede ser por una fotografía o las formas de ilustración en un anuncio, por el balance de masas en una construcción monumental y hasta el delicado diseño de una mariposa. Por supuesto, esta es la función estética de las artes, por excelencia. En ese sentido, el referente de la obra artística deja de ser instrumento de la comunicación, para convertirse en su objeto (Guiraud, 2004).

El arte es un crítico mecanismo de expresión de mensajes muy propios, muy significativos. Toda representación de arte crea sus propios mensajes-objetos, más allá de los signos que la sustentan, pues portan un significado peculiar, particular. Los creadores de obras de arte desarrollan una semiótica personal: en cuanto al estilo, con base en una simbolización distintiva que puede generarse a través de los detalles y la profundidad de sus mensajes. La combinación balanceada de la forma y el color es una manera artística de tratar el mensaje, pero también puede ser lo opuesto: el desbalance y el contraste, dependiendo de lo que se quiere transmitir. Esto tiene que ver con la poética del mensaje artístico, con estética muy propia.

Una de las esencias del arte es su imprevisibilidad, porque cuanto más imprevista sea la obra, el mensaje en sí mismo, más interesante, más impactante resulta ser para el destinatario o receptor. Los finales de películas, por regla general, son totalmente imprevistos, lo que los hace sumamente atractivos. Imprevisto es unir dos elementos totalmente extraños, imprevisto es algo que no está en el marco de lo esperado y que resulta sorprendente. El arte que no sorprende pasa de largo y logra poca atención del receptor. La sorpresa cuando es agradable, pues, representa una forma de utilizar la función poética o expresiva en el arte. Incluso cuando no lo es, representa una función antiestética que también la incluye. ¿Hay una estética de lo feo?

Hay sorpresas muy desagradables, no muy estéticas y es muy posible que formen parte de una disfunción de la poética. ¿Por qué? Posiblemente porque lo inesperado atrae, llama la atención. Lo demasiado conocido se convierte en lugar común, porque lo que busca el artista es ser original siempre; intenta impactar, quiere impresionar los sentidos del destinatario o receptor, desde la forma, no desde una fórmula, ya que eso representa una simple receta o un esquema ya utilizado. Algo de esto les sucede a los artistas cuando empiezan a copiar sus propios estilos y solo realizan variantes de una forma que ya encontró exitosa, pero que carecen de la creatividad o la fuerza inicial: siguen los mismos métodos exitosos, solo con pequeñas variaciones. Pero los resultados son negativos a la larga.

8.3. CÓDIGOS ABIERTOS/CÓDIGOS CERRADOS

El arte manifiesta códigos abiertos (Guiraud, 2004) y permite múltiples interpretaciones, por eso la función poética es la que le da libertad al lenguaje. Los significados de las imágenes o de los mismos textos se convierten en sugerentes, huyendo de las expresiones objetivas. Por su parte, los códigos científicos buscan un camino único que no permita la equivocación, ni el error; el lenguaje de la ciencia, por eso, está a la búsqueda permanente de cerrar los códigos. Dichos mecanismos deben permitir alcanzar fórmulas o establecer leyes con carácter general, y mejor si es universal. Por su parte, el arte amplía sus códigos propios para sorprender al receptor, impactarlo con el tratamiento de la forma (no desde la fórmula) del mensaje.

Imagínese a un científico que, al leer un protocolo, siempre sea diferente o sorpresivamente cambien los elementos que lo conforman, o que al seguir todos los pasos de un manual, concluyera que los resultados, cada vez que se someten a examen, permitieran resultados distintos. No es posible, eso no es ciencia, pues los científicos esperan tener siempre iguales resultados con las similares lecturas, sin finales imprevistos, ni interpretaciones múltiples. Eso es porque el código científico es cerrado, es unívoco, en tanto las artes están formadas por códigos abiertos, es decir que son multívocos. Un solo sentido para la ciencia, y muchos sentidos para el arte.

Sin embargo, vale recordar que en cualquier comunicación no existe monopolio de una sola función, pues pueden existir varias funciones que se complementan en el mensaje. Esto no implica que una de las funciones de Jakobson efectúe una acción dominante. A lo sumo, dos. Para reiterarlo, a las funciones de la comunicación se les encuentra combinadas en los mensajes. En algunos sobresale o domina una función, en otros prevalece otra.

8.4. LA LITERATURA ES UN FIN POÉTICO EN SÍ MISMA

Es importante una reflexión sobre la literatura que tiene como función fundamental la poética (que algunos llaman retórica). La centralidad de esta función, en la literatura o en la poesía, es evidente.

El lenguaje literario es un fin en sí mismo, pues busca atraer la atención del lector e intenta crear un mundo de belleza perdurable durante los años. El lenguaje utilizado en las obras literarias produce estética, llama la atención, actuando en función eminentemente poética, esa es su atracción. Libros como los escritos por Miguel Ángel Asturias, en cualquier página, manifiestan una riqueza sonora y una cadencia rítmica que son verdaderas obras de arte. Puede probarse cómo el mensaje (en este caso un texto) se convierte en portador de señales artísticas, porque esta función busca la relación del mensaje consigo misma, como abrazándose para mimarse, quererse, demostrar que vale, y que vale mucho.

Por eso de esta función surgen los textos poéticos, las rimas, las novelas, los cuentos, las fábulas, las leyendas. También los textos dramáticos y algunas canciones y refranes populares, así como todas las bellas expresiones que generan una agradable sensación estética, relacionadas con el mundo del arte. Por lo general, esta función permite atraer la atención del receptor por la forma en como se desarrolla o estructura el mensaje. Las variantes para lograr este efecto son tantas que los recursos resultan infinitos debido a que los códigos de la estética son culturalmente inagotables.

Pero la atención puesta sobre el mensaje implica interés en embellecerlo, darle realce, que llame la atención y que no pase inadvertido. ¡Que no se olvide, que sea memorable! La publicidad contemporánea, por su parte, hace uso de esta

función en los carteles o vallas, en las revistas, en los anuncios a todo color, en la televisión con videoproducciones, y en la radio con impactantes anuncios de excelente factura. Por su parte, los arquitectos andan a la caza de diseños audaces y bellos, armoniosos y estéticamente atractivos, además de funcionales.

Por lo tanto, se utiliza la función poética cuando es predominante la creación de mensajes; por ejemplo, en la danza como arte, que brinda expresiones cargadas de emociones. La armonía y acoplamiento entre el movimiento de los cuerpos de los bailarines y las ondas sonoras de la música, se puede convertir en poesía visual. Y si a estos elementos se une un moderno y conceptuoso manejo de las luces, y se conjuga con un vestuario adecuado, se gozará de un espectáculo extraordinario con mucha poesía.

Para finalizar este capítulo en este punto, se recuerdan las palabras de Jakobson (1994) sobre algunas funciones:

Los límites de la poesía no pueden limitarse a la función poética. La poesía épica, centrada en la tercera persona, implica con mucha fuerza la función referencial del lenguaje; la lírica, orientada a la primera persona, está íntimamente vinculada con la función emotiva; la poesía de segunda persona está embebida de función conativa y es o bien suplicante o bien exhortativa. (p. 359)

La estructura de un mensaje dependerá, primariamente, de la función predominante, parafraseando al autor.

PREGUNTAS DE REPASO

1. Construya su propio concepto o definición de función poética.

2. ¿Por qué las obras de arte en la plástica, en la poesía, en el cine o en la fotografía utilizan los «códigos abiertos»?

3. Explique la siguiente oración: «el referente de la obra artística deja de ser instrumento de la comunicación, para convertirse en objeto».

4. ¿Será cierto que una de las esencias del arte es su imprevisibilidad? Fundamente su respuesta con dos ejemplos artísticos notables.

5. ¿Cuál es la diferencia entre códigos multívocos y códigos unívocos?

Fotografía 8. Parte exterior más simbólica del Teatro Nacional, diseñada por el arquitecto guatemalteco Efraín Recinos



Fuente: cedida por Pedro Alvizurez (2017).

EJERCICIOS

REALICE UN BREVE ANÁLISIS DE LA FUNCIÓN POÉTICA, RELACIONADA CON LA OBRA ARQUITECTÓNICA DEL CENTRO CULTURAL MIGUEL ÁNGEL ASTURIAS.

COMPARAR FUNCIÓN POÉTICA EN DOS TEXTOS (NOVELA Y POESÍA)

1. Copie el primer párrafo de *El señor Presidente* de Miguel Ángel Asturias, del primer capítulo.
2. Busque en internet el poema *Padre Nuestro Maíz* del poeta guatemalteco Werner Ovalle López. Puede acceder en:
<http://www.literaturaguatemala.org/ovalle1.html>
3. Copie las estancias III (Diálogo de América) y IV (Estancia final).
4. Realice un breve trabajo académico de carácter analítico-comparativo de cómo estos dos textos (el primer párrafo de la novela de Asturias y las estrofas del poema de Ovalle López) son obras poéticas que se convierten en arte escritural, realizado por dos extraordinarios artistas guatemaltecos de mitad del siglo XX.

CAPÍTULO IX

REVISIONES AL MODELO DE ROMAN JAKOBSON



OBJETIVO GENERAL

Conocer los más relevantes análisis que se le hacen al modelo de Jakobson, por parte de reconocidos intelectuales europeos.



OBJETIVOS ESPECÍFICOS

Valorar las opiniones que analizan las ideas de Jakobson, pues no invalidan sus teorías, pero realizan una intensa revisión de algunos puntos de la teoría original, presentada ya hace varias décadas.

Acceder a otros puntos de vista en torno a la teoría de Jakobson, en el marco central de las funciones de la comunicación.

Fotografía 9. Jean-Marie Klinkenberg
Semiólogo y lingüista belga



Fuente: «Les Impressions Nouvelles» (s. f.).

Fotografía 10. Catherine Kerbrat-Orecchioni
Semióloga y lingüista francesa



Fuente: ICAR (s. f.)

**Ambos intelectuales europeos,
revisores de las teorías de
Jakobson.**

9.1. LINGÜISTA Y SEMIÓLOGO BELGA

El reconocido semiólogo Jean-Marie Klinkenberg nació en una pequeña comuna llamada Verviers, a 30 kilómetros de la frontera alemana (que forma parte de la provincia belga de Lieja), en cuya universidad ha trabajado por mucho tiempo. Ha publicado más de seiscientos documentos sobre comunicación, entre docenas de libros y artículos de revistas especializadas de todo el mundo. Klinkenberg analiza el esquema de las funciones de la comunicación de Jakobson, estudiándolo a la luz de nuevas e interesantes interpretaciones lingüísticas, desde su óptica de semiólogo.

Es miembro del grupo de lingüistas y semiólogos belgas que conforman la organización «Mu» (**Groupe μ**). Es también un consagrado filólogo. Otras áreas de su interés son la sociología de las culturas y las literaturas francófonas. Es uno de los grandes semiólogos que, provenientes del siglo XX, ha revisado el tema de la retórica con aceptación por la academia mundial. En 2006 publicó en español el libro *Manual de semiótica general*, de la bogotana Universidad Jorge Tadeo Lozano. De este texto se extraerán los principales puntos de vista para analizar, con mayor profundidad, el tema de las funciones de comunicación de Jakobson.

Respecto del proceso, explica que en un solo hecho comunicativo «los participantes emplean casi siempre varios códigos simultáneamente, y las diferentes partes del intercambio pueden transitar por canales distintos» (Klinkenberg, 2006, p. 67). Como muestra, el siguiente ejemplo: un catedrático expone el tema del día ante sus alumnos, utilizando varios códigos: el oral, para el despliegue del tema, pero también el gestual (hace gestos, muecas, hace señales con las manos, etc.) y el kinésico (la distancia entre él y ellos). Los alumnos, por su parte, sin decir una palabra, responden al profesor con sus actitudes. Unos bostezan con desgano y muestran su incomodidad ante la clase, otros asienten con su cabeza, otros ponen atención siguiendo al profesor con la mirada y toman notas. Estos son códigos que el docente puede ir descubriendo a lo largo de su exposición; entiende que –quienes no ponen atención– generan ruido en clase, manifestando algún tipo de actitud que debe ser atendida. También, al levantar la mano, un estudiante señala que desea hacer una pregunta, y la verbaliza. Sus señas de querer conocer más del tema las expone con un lenguaje corporal que se percibe.

Los códigos y las funciones de la comunicación se combinan en forma concurrente y de manera simultánea. Este tema de multifunciones de la comunicación no fue abordado por Jakobson, porque él analizó textos, no hechos comunicativos; sin embargo, sus seguidores tampoco lo hicieron formalmente hasta que Klinkenberg lo mencionó.

Afirma además que la noción de mensaje es sumamente compleja debido a estos entrelazamientos de códigos en un simple acto de comunicación, como el del ejemplo citado.

Para complicar el asunto, si los participantes del intercambio pueden simultáneamente hacer uso de códigos diferentes, uno de esos participantes puede movilizar –él solo– varios códigos en el mismo momento: hablo, pero simultáneamente hago gestos, mímicas, llevo ciertos vestidos, incluso ciertas insignias, despidiendo ciertos olores: todas son comunicaciones simultáneas que pueden conformarse, completarse o contradecirse. (Klinkenberg, 2006, p. 68)

En un entrenamiento militar en el que un superior hace que los soldados cumplan con los ejercicios físicos al aire libre, se perfila perfecto para analizar el esquema (multicódigos) de comunicación que impera en ese instante. Los uniformes y las insignias que porta cada miembro del campamento son elementos concurrentes en dicha comunicación, aunque cada uno tuviera un distintivo diferente. ¿Qué decir de los olores de los soldados, por la transpiración? Para las milicias que están en pleno sol, realmente puede ser muy fuerte la emanación, pero seguramente no para el que comanda la situación, que no se ha movido ni un metro toda la mañana. Él puede todavía estar fresco, oliendo a su perfume favorito. ¿Y si fuera a la inversa? ¿Qué significado tendría que fueran los soldados quienes no estuvieran sudando y sí, por su parte, el mandamás de la cuadrilla?

Este tema le permite al autor danés señalar que es muy difícil aislar el código utilizado en una comunicación (en forma plena), salvo que se haga un esfuerzo de clarificación real, con alguna fórmula metodológica, que a menudo genera esquemas simplificadores. Con todo y eso, el análisis sirve para hacer más comprensibles ciertos fenómenos, por su carácter reductor. Klinkenberg (2006)

sugiere precaución en este sentido y expone el caso de un diálogo entre dos personas, cuando a veces la frase queda entrecortada porque el emisor percibe que el mensaje ha sido captado, o bien, antes que termine la frase, el receptor cambia de rol y responde rápidamente, convirtiéndose en emisor. El ejemplo es para demostrar cómo, el esquema de Jakobson, no contempla este efecto de realimentación que puede darse incluso de manera inmediata y a veces hasta simultánea en un proceso de comunicación. Para este efecto, hay muchos casos, pero una teoría esquemática de la comunicación no lo aborda.

Coincidiendo con el semiólogo belga, algunas funciones de la comunicación como las planteadas por Jakobson son muy difíciles de diferenciar con total claridad. Tal es el caso de la función referencial, que al trasladar una información que el receptor no conoce, estará influyendo en él o en las decisiones que puede tomar. Una información valiosa, además de referencial, es también conativa, debido a que influye y motiva a realizar una acción.

Otro ejemplo está entre la función fática y la conativa. Buscando que el proceso de comunicación sea revisado para mejorarlo por parte del emisor, se cumple la primera función. Pero al encontrar el esquema que logra un mejoramiento, se termina constituyendo en una actitud conativa. ¿Por qué? Pues porque el emisor logra mejorar el contacto y por lo tanto esta acción contribuye a una mejor comunicación. Se cumple la función doblemente, ya que se convierte en una actitud conativa del emisor.

La búsqueda por clarificar el código de comunicación que se está utilizando es parte de la función metalingüística, pero también cumple una función referencial, porque informa sobre el código que se usa para la propia comunicación: refiere a un sistema. Incluso se puede convertir en función conativa si se cambia el código que se está usando. En tanto, Klinkenberg sugiere una cercanía muy estrecha entre las funciones metalingüísticas y conativas, puesto que ambas tienen como objetivo optimizar el funcionamiento del proceso. También habrá que tomar en cuenta que más de alguna función puede ser asumida por diversas formas de comunicación. O como bien refiere el autor; «una misma función puede ser desempeñada por procedimientos formales muy disimiles e, inversamente, una misma forma puede jugar papeles muy diferentes» (Klinkenberg, 2006, p. 71).

Debido a estos puntos, señala que es necesario considerar que varias funciones pueden estar presentes, en menor o mayor grado, en un mismo mensaje y en cualquier proceso de comunicación. A veces sucede que se encuentran tan entrelazadas que es difícil señalar la preponderancia de una u otra. Incluso, no es fácil determinar hasta donde llega una y donde culmina la otra. El hecho de que algunos teóricos le quieran dar jerarquía a alguna de estas seis funciones, es posiblemente un mecanismo que permite hacer más fácil su comprensión, apelando a lo que Jakobson dejó como su más interesante aporte a la lingüística y a las teorías de la comunicación en general. El esquema de este pensador y académico ruso-norteamericano no ha perdido vigencia, pero es necesario reconsiderar algunos de sus principales paradigmas teóricos. Al revisarlos hoy, al fragor de una era digital, es importante tomar en cuenta que este libro se basa en los principios de Jakobson, pero los amplía y confronta para ponerlos a tono con los tiempos modernos, tiempos de mucha confusión, pero también de enriquecimiento teórico.

9.2. REFORMULACIÓN DEL MODELO DE JAKOBSON

La lingüista francesa Catherine Kerbrat-Orecchioni (1986) en su libro *La enunciación de la subjetividad en el lenguaje*, en el capítulo primero: «La comunicación lingüística», rebate en forma directa la idea de código, conforme los planteamientos originales de Roman Jakobson, llegando al extremo de reformular su modelo de comunicación, para agregar elementos que enriquecen el sencillo esquema sobre el que se ha venido trabajando. Sus ideas son muy claras y se considera oportuno hacer un breve repaso de las mismas, teniendo en cuenta que Kerbrat-Orecchioni se refiere directamente al abordaje de la comunicación oral y no a la extensión que este libro hace de las funciones de Jakobson, para interpretar la comunicación y sus funciones con mayor amplitud. La autora es una connotada lingüista francesa, profesora de la Université Lumière Lyon 2, donde se le otorgó el grado de profesora emérita, por su labor académica en 2006.

Lo primero que plantea es que Jakobson simplifica al extremo el esquema, pero una posible respuesta es que debido a esa característica de sencillez fue que logró tanta popularidad en muchos ámbitos alrededor del mundo. Intentando resumir la postura de Kerbrat-Orecchioni (1986), ella explica lo que

denomina «evento comunicacional» y toma muy en cuenta las competencias del emisor y del receptor, términos que acuñó. También atiende a un elemento que resulta transcendental: el contexto de producción del evento comunicativo.

En el modelo de competencias comunicativas de la lingüista francesa, al hablante le urge conocer al receptor para que exista una comunicación de forma eficaz, lo que permite entrar en contextos culturalmente significativos para ambos. Esto implica conocer el tiempo y el espacio social del interlocutor. Kerbrat-Orecchioni critica la forma cómo Jakobson aborda el tema del código, basada en apreciaciones teóricas de numerosos expertos en el tema, por lo que sustenta adecuadamente sus puntos de vista. Señala que hay necesidad de ponerle mucha atención a los «fenómenos tan frecuentes como los malentendidos, los contrasentidos, los *quid pro quos*» (1986, p. 23). Esto significa la substitución de una cosa por otra, en cuanto a conceptos. Y esto es para que el mensaje, como afirma Jakobson, pase del emisor al receptor sin mayores alteraciones, al existir un código más o menos común entre ambos. Porque, considera la autora, jamás puede prevalecer un código común en forma exacta o perfecta. Habrá –eso sí– similitudes muy grandes, pero nunca total comunión.

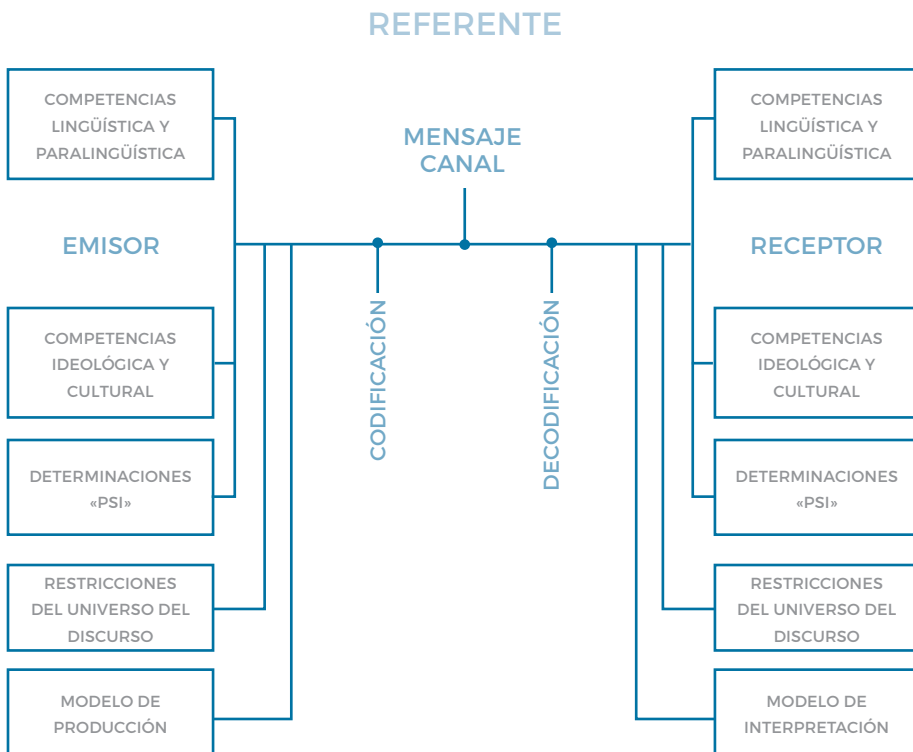
En la comunicación lo que se comparte son los idiolectos, enuncia Kerbrat-Orecchioni. Entre el significado y el significante, expone, siempre es preciso admitir que puede existir un intervalo y que las operaciones que permiten encontrar el sentido a los conceptos sufren muchos avatares en el camino del entendimiento. Esto quiere decir, buscando palabras sencillas, que entre el significado y el significante, la decodificación permite muchas interpretaciones. También hay que darle relevancia a la concurrencia de los diferentes elementos en el marco del discurso. Por ejemplo, en el mensaje lingüístico hay gestos y mímicas que complementan la conversación. Recuerda que la dirección de la mirada del hablante es otro elemento que determina la comunicación, y se refiere a varias competencias que como la lingüística, la cultural y la ideológica, afectan el significado de las palabras en un momento dado.

En tanto refiere a otros puntos como las determinaciones «PSI», psicológicas y psicoanalíticas, que pueden significar el grado de neurosis que poseen tanto el emisor como el receptor, pues afectan al proceso como parte de su cultura formal. Otro aporte de esta autora son las llamadas «restricciones del universo del

discurso», que tienen estrecha relación con la situación en que se genera el proceso, ciertas condiciones ambientales, que son influyentes en la forma en que se codifican y decodifican los mensajes. Hay que considerar en la comunicación a las condiciones de lugar y tiempo adecuadas para el tema que se está abordando, insiste la francesa.

9.3. PROPUESTA DE CATHERINE KERBRAT-ORECCHIONI

Gráfica 6. Redibujo a partir de
La enunciación de la subjetividad en el lenguaje



Fuente: Kerbrat-Orecchioni (1986, p. 27).

CAPÍTULO X

AGREGADOS A LAS FUNCIONES DE ROMAN JAKOBSON



OBJETIVO GENERAL

Valorar las ideas de dos intelectuales contemporáneos a Roman Jakobson, cuyos planteamientos han enriquecido su aporte inicial.



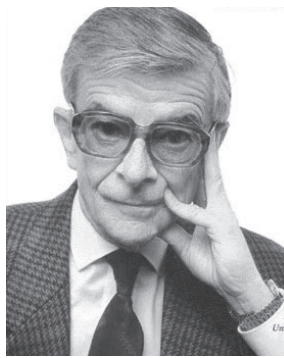
OBJETIVOS ESPECÍFICOS

Confrontar las ideas de otros dos destacados autores, uno francés y el otro estadounidense, con la propuesta de Jakobson.

Calificar los planteamientos de estos dos autores que se destacaron como pensadores dignos de reconocimiento académico, en el campo de la comunicación.

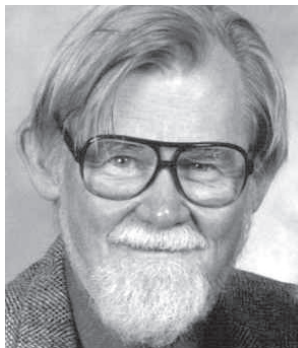
Profundizar en torno a estos valiosos aportes que sin desvirtuar los postulados de Jakobson, agregan valor crítico.

Fotografía 11. Olivier Reboul



Fuente: Presses Universitaires de France (1999).

Fotografía 12. Dell Hymes



Fuente: «NDNHISTORYRESEARCH» (s. f.).

10.1. EL PENSAMIENTO FILOSÓFICO DE OLIVIER REBOUL

El discurso del poder puede ser verdadero o resultar falso, decía el filósofo de la educación de origen francés, Olivier Reboul (1986). Reboul fue profesor de retórica en las universidades de Tunis, Strasbourg (Francia) y de Montreal (Canadá). Lo propio del discurso de los poderosos, agregaba, sea falso o verdadero, es que se puede utilizar como instrumento. Por lo tanto, el discurso del poder está al servicio de la persona política, y esta lo puede usar para dominar, controlar, dirigir, etc.

En el área lingüística, Reboul utilizó las funciones de la comunicación de Jakobson como método para analizar el discurso ideológico. Esto le permitió develar el engaño, la manipulación y el control que se ejerce a través del discurso del poder.

Oliver Reboul (1986) introdujo algunas novedades interesantes al modelo jakobsoniano. A cada función del lenguaje le atribuye un valor:

- La función referencial tiene como valor la verdad.
- La función emotiva o expresiva tiene como valor la sinceridad.
- La función conativa desarrolla el valor de la legitimidad.
- La función fática le atribuye el valor de la educación.
- La función poética le corresponde el valor de la belleza.
- La función metalingüística es el valor de la corrección.

Con base en algunos de los escritos de Reboul, en el presente capítulo se retomarán sus principales puntos teóricos con el objetivo de ampliar el concepto de funciones de la comunicación, como inicialmente las había planteado Roman Jakobson.

10.1.1. FUNCIÓN REFERENCIAL: (LA VERDAD) PRIMERO SE PIENSA

Según Reboul, las personas utilizan comúnmente la función referencial «para informar, explicar, precisar, enseñar; en suma, para dar a conocer algo» (Reboul, 1986, p. 45) al destinatario. Según el autor, al utilizar esta función se piensa

primero, se analiza, se reflexiona porque es cognoscitiva o denotativa. Siguiendo estas mismas líneas, el mensaje que se basa en esta función puede transformarse de una afirmación a una pregunta, o bien convertirse en un cuestionamiento. Es decir, consigue dirigirse como una consulta al interlocutor en una conversación. «Este criterio es decisivo, pues se aplica únicamente a la función referencial. De una frase que ordena algo, como: “¡Bebel!”, no se puede preguntar si es verdadera ó [sic] falsa» (Reboul, 1986, p. 46). En cambio, de una afirmación o negación sí puede considerarse su certeza o falsedad.

Continuando con las ideas del filósofo francés, una orden no es referencial, es eminentemente fática. En cambio, una pregunta inquiriere sobre algo (una cosa) o sobre alguien (una persona), sobre un lugar (un país) o un contexto porque cuestiona o busca establecer el por qué, el dónde, el cuándo, el cómo de una situación. Todas estas preguntas solo pueden responderse si el interlocutor hace «referencia» a lo que el destinador pretende conocer; en tanto, al hacerlo cumple con esa función referencial. Puede describir la calle o la plaza de una ciudad, relatar un momento histórico de una fecha especial; informar sobre la razón que tuvo alguien para hacer algo, etc. La referencialidad se genera como respuesta, como una acción en la que primero se piensa o analiza y luego se reacciona.

10.1.2. EMOTIVA O EXPRESIVA (LA SINCERIDAD)

Reboul (1986, p. 46) señala que prefiere llamar «expresiva a la función emotiva, así denominada por Jakobson», para evitar confusiones, porque esto puede dar a entender que la expresividad o la calidad de expresión del lenguaje se limita cuando este presenta un carácter emotivo. Y, conforme a esta idea, una expresión (cualquier vocablo) no tiene esta característica exclusivamente. El autor consultado amplía con esta consideración el sentido que Jakobson había dado a esta función. Y si alguien «habla para informar también habla para expresar» (Reboul, 1986, p. 46). Como se comprueba en el planteamiento inicial de Jakobson, en esta función el mensaje está centrado en el emisor.

Este pensador francés da tres ejemplos: un grito de cólera, una expresión de sorpresa o un vocablo de alegría. Estas manifestaciones son expresivas, pero también emotivas en forma simultánea. En un mismo momento,

las personas pueden manifestar ambas características en el mensaje que emiten. El simple acto de silbar una melodía trasciende el estado de ánimo de una persona (supuestamente de alegría). Esto comprueba lo implicate que resulta cualquier acto comunicativo por sencillo que sea, porque connota emotividad humana. Es decir, aquí trabaja la sinceridad que Reboul reclama para esta función. Uno no puede estar silbando una melodía alegre, si está enojado o triste. Pero se puede silbar una melodía melancólica, porque sale del alma.

El filósofo francés comenta que la interjección («¡oh!», «¡ah!») y las entonaciones lingüísticas o modulaciones de la voz, son los ejemplos más claros de la función emotiva o expresiva. Recuerda a Jakobson, quien señalaba que en esta función el mensaje tiene por referente su propio emisor, o sea quien gestiona la comunicación. Y al hacerlo puede expresar sus temores, sus ansiedades, sus momentos de cólera, sus creencias religiosas o ideológicas, etc. Por eso la llama función expresiva, porque en el lenguaje, el destinador o emisor puede comentar que se siente con fiebre, o que está enojado por un problema, o que se siente ofendido, etc. Se estará expresando sobre sí mismo, sobre su estado particular, y por lo tanto utiliza la función emotiva (que también es informativa) pero en un sentido totalmente distinto al del primer ejemplo.

Reboul (1986) recuerda que «Jakobson nos pone el hermoso ejemplo del actor ruso Stanislavski, que pudo decir cuarenta veces *“Esta noche”*, transmitiendo cuarenta mensajes diferentes, que en su mayor parte fueron comprendidos por su auditorio» (p. 47). Esto permite entender la enorme versatilidad que tiene la función emotiva. En tanto, cada vez que aparece en una oración la palabra «yo», cumple la función expresiva, porque va a referir algo sobre la persona que está hablando: el pronombre personal en primera persona –yo quiero, yo pienso, yo siento, yo considero–. Al utilizar esta función no es posible saber si el enunciado es verdadero o falso, más bien se puede conocer si el emisor es sincero o mentiroso; por la razón que expresa el sentir (consciente o inconscientemente) de quien habla, advierte Reboul (1986). Bien puede ser que el emisor sea un embustero y que logre engañar a su interlocutor, pero en el fondo la comunicación expresiva estará dando forma a un mensaje que expresa precisamente artificio, falsedad, hipocresía, simulación o apariencia de «algo» que desea transmitir el emisor.

10.1.3. INCITATIVA EN REBOUL, CONATIVA EN JAKOBSON (LEGITIMIDAD)

Reboul (1986) considera que el término «función conativa» no marcha bien en el idioma francés, por eso bautizó esta función como incitativa, que proviene del verbo incitar, provocar, exhortar o excitar, que significan (la postre) casi lo mismo. ¿Podría ser llamada también provocativa, exhortativa o excitativa? Tal vez nosotros la podríamos rebautizar con varios apelativos similares, aunque parezca una pretensión teórica.

El mismo autor recuerda que los enunciados en la función referencial pueden ser falsos o verdaderos. En cambio, en esta función de la comunicación no puede ser ni uno, ni lo otro. Lo que puede exigirse de ella es legitimidad. En todo caso, la pareja verdadero/falso deja su lugar a la posibilidad de ser lícito/ilícito (legal/ilegal). Buscando otras parejas de adjetivos relacionados, los vocablos que utilicen esta función también pueden ser: lógicos o totalmente ilógicos; podrían considerarse muy razonables o bien totalmente apartados de la razón, como pueden caer en el plano de lo reglamentario o bien ser totalmente arbitrarios (aunque estén reglamentados). Y esto es válido, a la vez, para cualquier consejo que uno brinde o las órdenes que alguien proporcione. Se puede decir hasta de las mismas leyes, pues hay muchas que son realmente absurdas, aunque existen leyes bien elaboradas; las hay sin razón y las hay bien justificadas. Aunque por ser leyes, deben cumplirse, guste o no. Podría considerarse a una ley como arbitraria y despótica o muy democrática. Puede ser también una ley legítima o totalmente ilegítima.

La palabra que usa Reboul es poco común en español: incitativa, pero puede ser aceptada como exhortación, una función que (según él) no puede ser verdadera o falsa, pero si legal o ilegal. Exhortar e incitar tienen parecido significado con algunos matices. Reboul prefiere llamarla con ese extraño nombre (para el español).

Aunque el autor de este libro preferiría denominarla apelativa porque es una apelación verbo que tiene relación con reclamo, demanda, solicitud o requerimiento. Y si la función conativa está orientada al destinatario, de acuerdo con Jakobson, la comunicación con este sentido siempre tendrá un designio (signo interno) que pretende influir o movilizar al receptor. La publicidad, como

se señaló en su momento en la función correspondiente, siempre cumple una función apelativa. Y tal vez ese sería un nombre más adecuado. Pero seguiremos llamándola como Jakobson la denominó.

10.1.4. FUNCIÓN POÉTICA (LA BELLEZA)

Cuando el lenguaje se limita a la poesía en sentido estricto, se le puede denominar también función retórica, explica Reboul (1986). Y esta función aparece cuando el significante importa tanto o más que el significado; cuando la manera de decir se impone sobre el contenido.

Por ejemplo: una paronomasia, una de esas numerosas figuras que, junto con la rima, el ritmo, la metáfora, la antítesis, la ironía, etc., hace que el mensaje tenga más de connotación que de denotación, que la música o las imágenes de la frase dominen sobre su esencia. (p. 46)

La paronomasia, según el ejemplo del filósofo francés citado, es un juego poético que consiste en emplear palabras muy parecidas fonéticamente (que tienen sonidos semejantes), pero que poseen significados diferentes. Un caso: «tanta tinta tonta que te atenta y que te atonta», es parte de la letra de una canción del grupo de rock barcelonés llamado Estopa. En este tipo de poesía urbana y ultramoderna, el mensaje posee un ritmo y un sonido que aunado al contenido puede significarse como una protesta contra los periódicos, pero se hace en forma poética «paronomasiática».

Finalmente, Reboul (1986) al referirse a esta función señala que: «La función poética no responde a la pregunta: ¿verdadero o falso?, ni tampoco ¿sincero o mentiroso?, sino a la pregunta ¿es el mensaje bello o feo?» (p. 46). En todo caso, esta función revisa el código en cuanto a su valoración por parte del receptor, que es quien define si el mensaje le parece bello o no. Algunos dichos populares utilizan una función poética, pues el mensaje es atractivo, bello e interesante, a veces más que significativo o de completa claridad, pero del juego de palabras o de su composición interna se deriva alguna belleza estructural.

10.1.5. LA FUNCIÓN FÁTICA (LA EDUCACIÓN)

La función fática está codificada en los ritos de cortesía, como se ha expuesto ampliamente. Reboul (1986) recurre a Alain al señalar que la primera finalidad del lenguaje es «hacer sociedad», crear la posibilidad de comunicar. El filósofo francés considera que no es cuestión de buscar verdad en estas fórmulas, ni siquiera sinceridad. Muchas veces la cortesía es la más insincera de las formas de manifestarse, pues aquellas personas verdaderamente cargadas de cortesía deberán reírse hasta con sus enemigos acérrimos. «El único significado de la cortesía es que no se quiere ser mal educado, que se acepta la comunicación, que se habla» (Reboul, 1986, p. 48).

Entiéndase esto como que se mantiene un contacto, tal como indica Jakobson al definir que esta función se hace cargo de las formas tradicionales, las que finalmente se van convirtiendo en rituales. Mantener la comunicación, convertir en rito algo que se torna en costumbre. Los rituales tienen el objetivo de convertirse en una función formativa, al heredar de una generación a otra, las formas como se hacen las cosas. Por ejemplo, cómo se comunicaban con los dioses (al asistir a la iglesia) o cómo entrar en contacto con los antepasados al entonar un himno nacional. De allí la asociación educativa de esta función que se caracteriza por la faticidad, pues educa, forma, crea tradición, mantiene vivo el rito. Por ella persisten las costumbres y las tradiciones.

Reboul cree que Jakobson tomó el vocablo de «fática» del autor polaco Malinowski, quien al traducirlo al inglés *phatic* del griego *phatikós*, pudo interpretarlo como dicho, palabra, tema de conversación (1986). Pero Reboul considera que dicha palabra proviene del verbo *phemi* que significa expresarse, hablar o decir. Jakobson la utilizaba para señalar a la función que establece, mantiene, reaviva o prolonga la comunicación sin que necesariamente haya necesidad de comunicar un mensaje.

A veces, como ya se dijo en este libro, el contenido del mensaje no es tan importante como el hecho mismo de mantenerse en contacto. Se busca tener una conversación o sostener el canal abierto y por eso se llama fático, porque lo relevante es el contacto mismo (el acto, el hecho). Ya se ha visto que la comunicación fática tiene esa función de extender el contacto para mantener

un vínculo comunicativo. Y como se ha visto también puede ser un mecanismo de traspaso de información ritual, con un valor educativo desde las más antiguas generaciones a las más recientes.

10.1.6. LA FUNCIÓN METALINGÜÍSTICA (LA CORRECCIÓN)

Esta función se usa para aclarar el mensaje mismo en la propia comunicación. Según Reboul (1986), el mensaje que se apoya en un código correcto se convierte en inteligible, y agrega que:

Nosotros lo practicamos todos los días, cada vez que hablamos de nuestro propio lenguaje, (cada vez) que ponemos nuestra comunicación en relación con el código que la hace posible, un poco como jugadores de ajedrez que se detienen para interrogarse sobre tal regla del juego. (p. 49)

Preguntarle a alguien sobre el significado de una palabra o concepto es un acto metalingüístico, porque se busca establecer una definición o aclaración y, en el fondo, se pretende conocer el código que se está usando, con el objetivo de extraer lo que significa lo más correcto o adecuado. Si no hay código acertado, la comunicación tiende a ser confusa. Si el código no es común, se dificulta la comunicación al grado de que no se concrete o sea imposible su realización.

Reboul (1986) recuerda que «entre todos los demás sistemas de comunicación, desde las disposiciones del tránsito hasta la música, sólo el lenguaje permite hablar de sí mismo» (p. 49). Y esto es, como se explicó, debido a que por medio del lenguaje se habla de la propia lengua. Y Reboul se pregunta: ¿es verdadero o falso el resultado de aplicar la función metalingüística? «Verdadero quiere decir conforme a reglas, al código de la lengua» (Reboul, 1986, p. 48), por lo que no cabría la posibilidad de la falsedad; lo pertinente sería entonces si es correcta o incorrecta esa codificación que se utiliza. Incluso cuando el código está débilmente estructurado es cuando más se pone en duda su efectividad y la función metalingüística resulta necesaria para aclarar los significados correspondientes. Por tanto, la metalingüística es la función de la corrección; aquella que establece no la veracidad, ni la belleza del mensaje, tampoco si este es legítimo o si pretende ser educativo, sino si es correcto el código que usa el mensaje. Porque si no, corre el peligro de no entenderse adecuadamente.

A Jakobson se le reprocha haber limitado a seis las funciones del lenguaje, comenta Reboul (1986). El autor considera que cualquier función nueva que se pueda encontrar remite a una o a varias de las seis de las ya definidas por el lingüista ruso-americano. Por ejemplo, la «función crítica» (que algunos agregan) es o bien referencial o bien metalingüística. No es que se trate de una función distinta, sino de una manera distinta de utilizar las seis funciones, considera Reboul (1986), y cita los siguientes ejemplos:

¿Qué hora es?	Función referencial.
¿Acaso lo sé?	Función expresiva.
¿Has visto qué hora es?	Función incitativa.
¿Me entiendes?	Función fática.
¿Qué quieres decir con 21 horas?	Función metalingüística.
¿Es preciso que me lo recuerdes?	Función poética. (p. 50)

10.2. HYMES AGREGA UNA FUNCIÓN MÁS AL MODELO DE JAKOBSON

Al contrario de la idea de Reboul, el lingüista estadounidense Dell Hymes consideró necesario hacerle una modificación al modelo de Jakobson, agregándole una función más para enriquecer el esquema (Cuadra, 2005). El punto de Hymes fue que la noción de contexto se refiere tanto al tema o asunto tratado por un mensaje, como a la situación o circunstancia concreta en que se da el mensaje. Así, Hymes propone una séptima función del lenguaje que él llama función situacional. Es la función que se refiere al cuándo y dónde se efectúa la comunicación. Y a esto llama o denomina evento o acontecimiento comunicativo, el cual solo puede darse (como es lógico) en un devenir espacio-temporal. Hymes considera que se puede describir cualquier evento de esta naturaleza, si existe una integración entre lo verbal y lo no verbal, es decir, acompañada de un lenguaje corporal.

El semiólogo chileno Álvaro Cuadra, por su parte, proporciona un interesante ejemplo para ampliar este nuevo elemento propuesto por Hymes:

Caso concreto de comunicación: la exhibición de una cinta cinematográfica. La secuencia de preguntas y respuestas podríamos resumirla de la manera siguiente:

- a. ¿Quién lo dice? El emisor es el que codifica el mensaje. En el caso de una película, el emisor es el director.
- b. ¿A quién se lo dice? El destinatario de una cinta es el público espectador.
- c. ¿Cómo se lo dice? Es lógico pensar que cada director posee rasgos estéticos que lo hacen único. Así, hay películas de Chaplin, Kubrick o Spielberg. Todo film tiene un montaje peculiar, como un lenguaje propio se puede agregar.
- d. ¿De qué se está hablando? Aquí tendríamos que dar cuenta del tema que aborda la película.
- e. ¿En qué lengua lo dice? El lenguaje cinematográfico es una semiótica compleja que emplea varios lenguajes (teatral-escenográfico, verbal, no verbal, implícitos pictóricos, fotográfico y propiamente cinematográfico). En fin, los resumimos bajo la etiqueta de lenguaje cinematográfico.
- f. ¿Lo dice por teléfono o no? El cine establece contacto por la proyección luminosa de imágenes animadas.
- g. ¿Cuándo y dónde lo dice? Situación concreta. Sala 6 del Cinemark Plaza Oeste, una tarde de domingo, en invierno. (Cuadra, 2005, p. 29)

10.3. *SPEAKING* PARA AMPLIAR EL HORIZONTE

Por otro lado, Hymes (citado por Cuadra, 2005) organizó el conjunto de elementos que intervienen en cualquier acontecimiento o evento comunicativo, en lo que se conoce como el modelo *Speaking*, basándose en el acróstico que se forma con las iniciales de los ocho componentes en inglés: *situation, participants, ends, actsequences, key, instrumentalities, norms y genre* (situación, participantes, finalidades, secuencia de actos, clave, instrumentos, normas y género).

Para el idioma francés se usa el acrónimo: **P-A-R-L-A-N-T**: *namely, participants, actes, raison (resultat), locale, agents (instrumentalities), normes, ton (key), types (genres)*, que tienen similar significado en inglés y español.

Buscando desarrollar a profundidad los componentes del acto comunicativo, Calsamiglia y Tusón los definen de la manera siguiente:

1. Situación:

- 1.1. *Localización espacial y temporal* (el lugar y el momento dónde y cuándo se desarrolla el evento).
- 1.2. *Escena psicosocial* (la significación social y cognitiva de esa escenificación).

2. Participantes

- 2.1. *Características socioculturales* (edad, sexo, estatus, papeles, bagaje de conocimientos, repertorio verbal, imagen y territorio).
- 2.2. *Relaciones entre ellos y/o ellas* (jerárquica, entre iguales, íntima, distante, etc.).

3. Finalidades

- 3.1. *Metas / Productos* (lo que se espera obtener y lo que realmente se obtiene de la interacción).
- 3.2. *Globales / Particulares* (finalidades sociales del evento y finalidades individuales o concretas).

4. Secuencia de actos

- 4.1. *Organización de la interacción* (gestión de los turnos de palabra, estructura de la interacción: inicio, desarrollo, final, etc.).
- 4.2. *Organización del tema o de los temas* (gestión y negociación del tema: presentación, mantenimiento, cambio, etc.).

5. Clave

- 5.1. *Grado de formalidad / informalidad de la interacción* (tono serio, frívolo, divertido, íntimo, frío, etc.).

6. Instrumentos

- 6.1. *Canal* (oral, escrito, iconográfico, audiovisual, etc.).
- 6.2. *Variedad/es de habla* (lengua/s, dialecto/s, registro/s, etc.).
- 6.3. *Vocalizaciones, kinesia y proxemia* (ruidos de asentimiento, de rechazo, de asco, de incompreensión, etc.; gestos, miradas, posición, distancia de los cuerpos, etc.).

7. Normas

- 7.1. *Normas de interacción* (quién puede hablar y quién no, cómo se toma la palabra, interrupciones, silencios, solapamientos, etc.).
- 7.2. *Normas de interpretación* (marcos de referencia para deducir los enunciados indirectos, las presuposiciones, los implícitos, etcétera).

8. Género

- 8.1. *Tipo de interacción* (trabajo en grupo, conversación espontánea, conferencia, tertulia, debate, etc.).
- 8.2. *Secuencias textuales* (diálogo, narración, argumentación, exposición, etc.). (2007, pp. 4 y 5)

Según las lingüistas españolas Calsamiglia y Tusón (2007), lo que define a un evento comunicativo es el resultado imprescindible del uso de la palabra para que se concrete y, también, que esté asociado a un tiempo determinado y a un espacio apropiado para celebrar un acontecimiento de comunicación, como lo llamó Hymes.

Además, en cada hecho comunicativo, los participantes lo hacen a partir de estatus y papeles característicos propios; utilizando instrumentos verbales y no verbales adecuados; actuando en el tono o en claves también adecuados para los fines que se pretenden; respetando las normas de interacción que regulan cómo se toma la palabra, si se puede interrumpir o no, etc., y –por supuesto– todas las normas de interpretación que guían el sentido de lo que se dice, aunque sea de forma indirecta o implícita. Estas normas, desde luego se pueden transgredir o aplicar de forma equivocada, dando lugar a malentendidos –deseados o no–. (Calsamiglia y Tusón, 2007, p. 5)

En ese conjunto de acuerdos que se concretan en un acto de intercambio oral, los componentes no se disponen arbitrariamente en cada ocasión, sino que a través de las prácticas sociales se va constituyendo en géneros identificables por unas pautas y unas convenciones que los hablantes siguen según el evento comunicativo del que se trate (Calsamiglia y Tusón, 2007).

Conforme este criterio, cualquier texto proporciona un buen material para hacer la interpretación del significado en la comunicación, pero para ser considerado de mejor manera, requiere de elementos del contexto. Estos, tanto si son parte de otros códigos semióticos como si se presentan entendidos e implícitos, constituyen el fondo de interpretación de los elementos verbales, a través de las pistas e indicios aportados por los propios hablantes.

Esto tiene implicaciones que se denominan «unidades macrotextuales (análisis globales) y microtextuales (locales)» (Calsamiglia y Tusón, 2007, p. 6) dada la interdependencia que manifiestan. Se organizan en diferentes niveles, planos o módulos, fundamentalmente para los del contenido temático, los del tipo de estructuración, los derivados de la posición de los interlocutores ante sí mismos y ante los enunciados que se intercambian, según las corrientes o el autor lingüístico que se utilice para el análisis.

Con estos aportes de los teóricos citados, se amplía considerablemente el panorama de las funciones de la comunicación de Roman Jakobson desde una perspectiva más contemporánea y contextual para el mundo digital.

Tabla 1. Resumen de las características básicas de cada una de las funciones del lenguaje

	Finalidad	Oración	Marcas gramaticales	Tipo de texto
Representativa	Transmitir contenidos de forma objetiva.	<ul style="list-style-type: none"> • Declarativa. • Enunciativa. 	<ul style="list-style-type: none"> • No marcada formalmente. • Modo indicativo. 	<ul style="list-style-type: none"> • Expositivo. • Narrativo. • Descriptivo. • Conversacional.
Expresiva	Expresar sentimientos, opiniones, deseos; es decir, la subjetividad del hablante.	<ul style="list-style-type: none"> • Exclamativa. • Desiderativa. • Dubitativa. • Enunciativa. 	<ul style="list-style-type: none"> • Texto centrado en el «yo». Verbos en 1.^a persona. • Exclamaciones. • Interrogación retórica. • Deixis del emisor. • Modo subjuntivo. • Léxico valorativo. 	<ul style="list-style-type: none"> • Expositivo-argumentativo. • Conversacional. • Descriptivo.
Conativa	Influir en el comportamiento del receptor y provocar en él una reacción.	<ul style="list-style-type: none"> • Imperativa. • Interrogativa. • Enunciativa. 	<ul style="list-style-type: none"> • Texto centrado en el «tú». • Verbos en 2.^a persona. • Modo imperativo. • Apelación al receptor mediante vocativos. • Frases cortas y sobrecargadas de pronombres. 	<ul style="list-style-type: none"> • Argumentativo. • Conversacional.
Fática	Prolongar, establecer o interrumpir la comunicación.	<ul style="list-style-type: none"> • Enunciativa. • Interrogativa. • Imperativa. • etc. 	<ul style="list-style-type: none"> • Frases hechas. • Muletillas. • Frases breves. • Repeticiones. 	<ul style="list-style-type: none"> • Todos.
Poética	Atraer la atención sobre la forma de la expresión lingüística.	<ul style="list-style-type: none"> • Todas. 	<ul style="list-style-type: none"> • Figuras retóricas. • Rima. • Ritmo. • Vocabulario muy connotativo. 	<ul style="list-style-type: none"> • Cualquiera con intención poética.
Metalingüística	Utilizar la lengua para hablar de la propia lengua.	<ul style="list-style-type: none"> • Enunciativa. • Declarativa. 	<ul style="list-style-type: none"> • Sin marcas específicas. 	<ul style="list-style-type: none"> • Expositivo.

Fuente: Ministerio de Educación, Gobierno de España (2007).

REFERENCIAS

- Becker, A. (2002). Marco teórico. El círculo lingüístico de Praga. En *Análisis de la estructura pragmática de la cláusula en el español de Mérida (Venezuela)*. *Estudios de Lingüística del Español (ELiEs)*, 17. Recuperado de: http://elies.rediris.es/elies17/cap2_1.htm, el 30 de octubre de 2017.
- Bühler, K. (1985). *Teoría del lenguaje* (gráfica). Madrid, España: Alianza Editorial.
- Cadenas, H. (2007). El sistema de la estructura. Estructuralismo y teoría de sistemas sociales. *Revista Cinta de Moebio*, 45. Facultad de Ciencias Sociales. Universidad de Chile. Recuperado de: <http://www.facso.uchile.cl/publicaciones/moebio/45/cadenas.html>, el 29 de enero de 2017.
- Calsamiglia, H. y Tusón, A. (2007). *Las cosas del decir. Manual de análisis del discurso* (2.ª ed.). Barcelona, España: Ariel.
- Calvelo, M. (2002). Modelos teóricos de la comunicación. Comunicación presentada en el *Seminario en la Universidad Nacional de Tucumán, Argentina*. Recuperado de: <http://youtu.be/820yVNroyYw>, en septiembre de 2013.
- «Centro Virtual Cervantes». (s. f.). *Diccionario de términos clave de ELE*. Recuperado de: http://cvc.cervantes.es/ensenanza/biblioteca_ele/diccio_ele/diccionario/funcioneslenguaje.htm, el 22 de enero de 2017.
- «Comunicólogos». (s. f.). *Teorías. Modelo Jakobson*. Recuperado de: <https://www.comunicologos.com/teorias/modelo-de-jakobson/>, el 23 de enero de 2017.
- Costa, J. (1989). *Señalética. De la señalización al diseño de programas*. Madrid, España: Ediciones Ceac, S. A.
- Cuadra, A. (2005). *Comunicación, lenguaje y acción. Introducción a la semiótica*. Recuperado de: <http://es.scribd.com/doc/212303626/Lenguaje-Comunicacion-y-Accion-Dr-Alvaro-Cuadra-y-Javierda-Carmona>, el 1 de enero de 2014.

- Dinamarca, A. (2007). Las funciones del lenguaje según Karl Bühler (gráfica). *Así funciona el lenguaje*. Recuperado de: <http://aprendelenguaje.blogspot.com/2007/03/las-funciones-del-lenguaje-segn-kart.html>
- Ducrot, O. y Todorov, T. (1995). *Diccionario enciclopédico de las ciencias del lenguaje*. México: Siglo Veintiuno Editores. Recuperado de: https://books.google.com.gt/books?id=7EDaWAJClkIC&printsec=frontcover&hl=es&redir_esc=y#v=onepage&q&f=false
- «EcuRed». (s. f.). *Ferdinand de Saussure*. Recuperado de: http://www.ecured.cu/index.php/Ferdinand_de_Saussure, el 14 de diciembre de 2014.
- _____. (s. f.). *Roman Jakobson*. Recuperado de: http://www.ecured.cu/index.php/Roman_Jakobson, el 14 de diciembre de 2014.
- Eisenstaedt, A. (2016). Claude Shannon, the father of the information age, turns 1100100 (fotografía). *The New Yorker*. Recuperado de: www.newyorker.com/tech/elements/claude-shannon-the-father-of-the-information-age-turns-1100100
- Guiraud, P. (2004). *La semiología* (28.ª ed.). España: Siglo Veintiuno Editores.
- «Infoamérica». (s. f.a). Ferdinand de Saussure (1857-1913). Recuperado de: <https://www.infoamerica.org/teoria/saussure1.htm>, el 30 de octubre de 2017.
- _____. (s. f.b). Norbert Wiener (1894-1964). Recuperado de: <https://www.infoamerica.org/teoria/wiener1.htm>, el 30 de octubre de 2017.
- _____. (s. f.c). Roman Osipovich Jakobson (1896-1982). Recuperado de: <http://www.infoamerica.org/teoria/jacobson1.htm>, el 5 de agosto de 2014.
- _____. (s. f.d). Warren Weaver (1894-1978). Recuperado de: <https://www.infoamerica.org/teoria/weaver1.htm>, el 30 de octubre de 2017.
- Interactions, Corpus, Apprentissage, Représentations (ICAR). (s. f.). Catherine Kerbrat-Orecchioni (fotografía). *icar*. Recuperado de: <http://www.icar.cnrs.fr/membre/ckerbrat/>

- «It's in the Blood!» (1960). Pictures and Illustrations (fotografía). Recuperado de: <http://scarc.library.oregonstate.edu/coll/pauling/blood/pictures/portrait-weaver.html>
- Jakobson, R. (1977). *Ensayos de poética*. Madrid, España: Fondo de Cultura Económica.
- . (1994). Lingüística y poética. En *Ensayos de lingüística general*. Barcelona, España: Seix Barral.
- Kerbrat-Orecchioni, K. (1986). *La enunciación, de la subjetividad en el lenguaje* (3.^a ed.). Buenos Aires: Edicial, S. A.
- Klinkenberg, J. M. (2006). *Manual de semiótica general*. Bogotá, Colombia: Fundación Universidad de Bogotá Jorge Tadeo Lozano.
- Lavado, J. F. (s. f.). Comunicación médica y pronunciación (ilustración). *Medicina y melodía*. Recuperado de: <https://medymel.blogspot.com/2013/09/comunicacion-medica-y-pronunciacion.html>
- «Les Impressions Nouvelles». (s. f.). Jean-Marie Klinkenberg (fotografía). Recuperado de: <https://lesimpressionnouvelles.com/auteur/jean-marie-klinkenberg/>
- Malo, A. (2010). La emotividad. En F. Fernández Labastida y J. A. Mercado (Eds.). *Philosophica: enciclopedia filosófica online*. Recuperado de: www.philosophica.info/archivo/2010/voces/emotividad/Emotividad.html, en diciembre de 2015.
- Mancuso, G. (s. f.). El acto de la comunicación verbal. *Monografías.com*. Recuperado de: <http://www.monografias.com/trabajos36/comunicacion-verbal/comunicacion-verbal.shtml>, el 10 de octubre de 2017.
- Ministerio de Educación, Gobierno de España. (2007). *Funciones del lenguaje* (tabla y gráfica). Recuperado de: http://recursos.cnice.mec.es/lengua/profesores/eso2/t1/teoria_1.htm#arriba

- Moreno, D. y González, J. (2005). *Teoría de la comunicación social. Lecturas fundamentales*. Bogotá, Colombia: UNAD. Recuperado de: <https://es.scribd.com/document/186745425/Lecturas-Un-Id-1>, el 31 de octubre de 2017.
- «NDNHISTORYRESEARCH». (s. f.). The Most Respected Anthropologist in Oregon's history: Dell Hymes (fotografía). Recuperado de: <https://ndnhistoryresearch.wordpress.com/2015/01/25/the-most-respected-anthropologist-in-oregons-history-dell-hymes/>
- Palacios, L. (1983). *La comunicación humana*. Bogotá, Colombia: Ediciones Paulinas.
- Péninou, G. (1976). *Semiótica de la publicidad*. Barcelona, España: Gustavo Gili.
- Reboul, O. (1986). *Lenguaje e ideología* (Trad. Milton Schinga Prósper). México: Fondo de Cultura Económica. (Langage et Idéologie Presses).
- Riveiro, A. G. (s. f.). The importance of Sociolinguistics to language teaching. Comunicación presentada en el *Congreso Brasileo de Hispanistas 2, San Pablo*. Recuperado de: http://www.proceedings.scielo.br/scielo.php?pid=MSC000000012002000100011&script=sci_arttext, el 27 enero de 2017.
- Rodrigo, M. (1993). *La construcción de la noticia*. Barcelona, España: Ediciones Paidós Ibérica, S. A.
- _____. (2002). *Modelos de comunicación*. inCOM, Universidad Autónoma de Barcelona. Recuperado de: <https://www.scribd.com/doc/133331045/Modelos-de-la-comunicacion-Miquel-Rodrigo-Alsina>, en agosto de 2016.
- _____. (2011). Modelos de la comunicación (gráfica). *portalcomunicación.com*. Recuperado de: http://www.portalcomunicacion.com/uploads/pdf/20_esp.pdf
- Stelter, B. (24 de junio de 2014). El mundial bate récords de audiencia en Estados Unidos. *CNN en Español*. Recuperado de: <http://cnnspanol.cnn.com/2014/06/24/el-mundial-bate-records-de-audiencia-en-estados-unidos/>, consultado en agosto de 2014.

- The Associated Press*. (19 de octubre de 1978). Mime Marcel Marceau dies at 84 (fotografía). *The Denver Post*. Recuperado de: <http://www.denverpost.com/2007/09/23/mime-marcel-marceau-dies-at-84/>
- The New York Times*. (2001). A Nation Challenged. One year later (fotografía). Recuperado de: <http://www.nytimes.com/packages/html/nyregion/9-11imagemap.html>, el 13 de octubre de 2017.
- Toralla, G. (2012). *Los murales de la Plaza Rogelia Cruz*. Guatemala: Tipografía Nacional.
- Urrutia-Cárdenas, H. (1979). Situación comunicativa y texto literario. *Revista Española de Lingüística*, 9(1), 191-202.
- Vigara, T. (1992). Función metalingüística y uso del lenguaje. *Revista Espéculo*, 9. Universidad Complutense de Madrid. Publicado previamente en *Epos*, 8, 123-141. Recuperado de: <http://www.ucm.es/OTROS/especulo/numero9/fmetalin.html>, en noviembre de 2013.
- «Wikipedia». (s. f.). Roman Jakobson (fotografía). Recuperado de: https://es.wikipedia.org/wiki/Roman_Jakobson



DEL AUTOR

RAMIRO MAC DONALD

Guatemalteco. Candidato a doctor en Comunicación Social por la Universidad de las Artes, Ciencias y Comunicación (UNIACC), *Magister Artium* en Comunicación para el Desarrollo por la Universidad de San Carlos (USAC). Actualmente es académico docente de la Facultad de Humanidades de la Universidad Rafael Landívar (URL), donde ha sido designado en agosto de este año como miembro titular del Consejo Editorial Cara Parens, de esa misma casa de estudios.

Se ha desempeñado como coordinador académico del Departamento de Ciencias de la Comunicación y fue representante del cuerpo docente ante el Consejo de la Facultad de Humanidades, ambos en la URL.

Imparte los cursos Semiótica y Teorías de la Comunicación en la Universidad Rafael Landívar. Además de otros cursos como: Historia de los Medios de Comunicación; Radio I y II, Producción Radiofónica. También comparte su experiencia como docente en la USAC, en cursos como Identidad Corporativa y Comunicación Organizacional, para maestrandos. Imparte seminarios de acercamiento a las ciencias semióticas para grupos profesionales y no profesionales interesados en la ciencia de los signos.

Su labor en el campo de la semiótica no es simplemente académica, sino posee una faceta de investigación histórica relacionada con elementos comunicativos. Actualmente es el presidente del Círculo Guatemalteco de Estudios Semióticos (CEGS).

Es analista de temas político-sociales de actualidad, en diversos medios informativos a los cuales es invitado de forma constante. Ejerció el periodismo durante 26 años, junto a su padre, en el recordado noticiero de radio (radioperiódico) *Guatemala Flash*, de tantas batallas por la democracia y la justicia de este país.

Fue invitado a participar como miembro de la junta directiva de la Comisión Nacional de la Conmemoración del 50 Aniversario de la entrega del Premio Nobe de Literatura Miguel Ángel Asturias. Ha divulgado profusamente que Asturias es el creador del género periodismo radiofónico en Guatemala por su emblemático radioperiódico *Diario del Aire*. Al respecto ha ofrecido numerosas conferencias a estudiantes de educación media y universidades en el país. Este tema se ha convertido en un tema de investigación desde hace varios años y ahora prepara un texto que espera salir publicado a finales de año, como homenaje al connotado escritor.

Esta publicación fue impresa en los talleres gráficos de
Maya Diversa Ediciones, en noviembre de 2017.
La edición consta de 500 ejemplares en papel bond blanco de 75 gramos.



A B C D E F G H I J K L M N Ñ O P Q R S T U V W X Y Z

Este estudio se constituye en una revisita a los planteamientos del lingüista ruso-estadounidense Roman Osipovich Jakobson sobre las funciones de la comunicación, por parte de Ramiro Mac Donald, comunicador guatemalteco especializado en política, periodismo y semiótica.

La era digital ha empujado al mensaje en sí, a una constante expansión en donde la teoría debe buscar un rol de protagonista. El análisis, la reflexión, la semiótica, la metalingüística, el discernimiento, la relectura, la indagación y la construcción, se han convertido en características fundamentales para que la comunicación cumpla su cometido deontológico en la actualidad. Es por ello necesario pausar y entender cómo funciona, en palabras del mismo autor, «la comunicación sobre la comunicación».

Como aporte principal a la academia y a la pedagogía, este libro busca ser un encuentro entre las funciones de la comunicación y los estudiantes inmersos (o cualquier lector), hoy por hoy, en el universo digital de las pantallas.

Se agregan a este análisis, una pequeña biografía del lingüista y se detiene rápidamente en los antecedentes históricos de los inicios teóricos de la comunicación como disciplina científica; además de revisiones al modelo fijado por Jakobson desde perspectivas de estudiosos como Oliver Rebol y Catherine Kerbrat-Orecchioni.

El contenido de este texto busca poder ser estudiado en aulas universitarias de cualquier país del mundo, para la revaloración de la teoría «jakobsoniana».

ISBN: 978-9929-54-208-2



**FACULTAD DE
HUMANIDADES**
DEPARTAMENTO DE
CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN

EDITORIAL
**CARA
PARENS**
UNIVERSIDAD RAFAEL LANDÍVAR



Universidad
Rafael Landívar
Tradición Jesuita en Guatemala