

UNIVERSIDAD NACIONAL DE LA PLATA

FACULTAD PSICOLOGIA

CÁTEDRA: LINGÜÍSTICA GENERAL

Material de apoyo para teóricos

UNIDAD 6. EL DISCURSO SOCIAL

6.2. El discurso de la información: estrategias discursivas en el discurso de la información. El relato de los hechos. La construcción de identidades y subjetividades en el discurso de la información.

Bibliografía: CHARAUDEAU, PATRICK. (2003) *El discurso de la información. La construcción del espejo social*. Barcelona, Gedisa, Cap. 1 y 2.

PRIMERA PARTE

La información como discurso

Del imaginario del saber al imaginario del poder

1. Problemas de la información

El orden del discurso

“Si existe un fenómeno humano que depende del lenguaje ese es el fenómeno de la *información*” (p. 37).

- El lenguaje permite que:
 - se establezcan intercambios
 - se construya la identidad
 - se construya sentido simbólico
- El lenguaje como sistema de signos remite a sistemas de valor de uso de esos mismos signos, a lo que se llama **discurso**.
- Da cuenta de la manera como se organiza la circulación de la palabra en una comunidad social para producir sentido (p. 38).

El fenómeno de la información sólo puede realizarse por medio de sistemas significantes.

- El lenguaje así definido remite no sólo a un sistema de signos, sino a un sistema de valores de uso de esos signos: **discurso**.
- **La información es una cuestión de discurso.**

Un punto de vista ingenuo

- ▶ “complejidad” y “opacidad”
- ▶ Fuente → Transmisión → Receptor
- ▶ Tratamiento de la información

Los auténticos problemas: la imposible inocencia

- La **información es pura enunciación**. La información construye saber en forma de DISCURSO por lo tanto depende del campo de conocimiento que trata, de la situación de enunciación en la que se inserta y del dispositivo en el que circula.
- Informar, hablar, comunicar, es siempre una elección, no sólo de contenidos sino de efectos de sentido para influir sobre el otro.
- Informar es siempre elegir **diferentes estrategias discursivas**

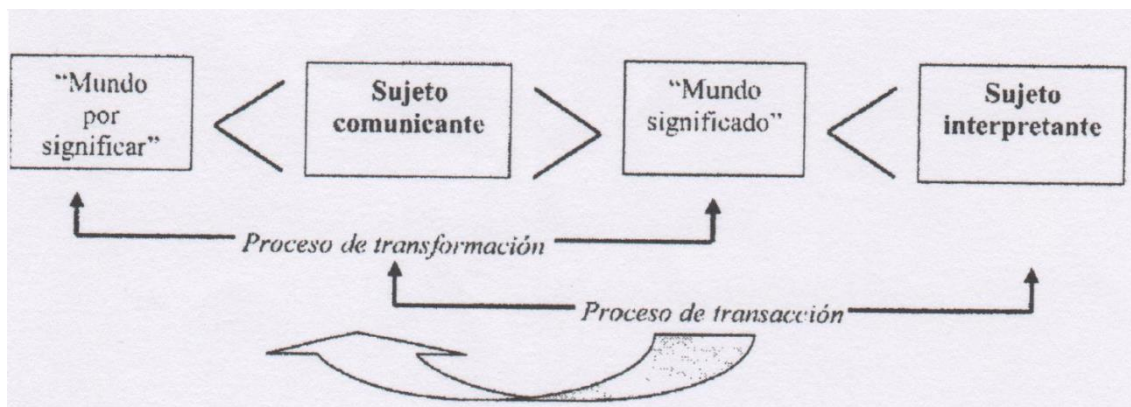
2. Una definición discursiva de la información

El discurso es lo que enlaza “las circunstancias” en las que se habla o se escribe “lo que se dice”

El sentido del discurso se construye al poner en relación estos dos polos: *circunstancias extradiscursivas / realizaciones intradiscursivas*.

La construcción del sentido del discurso: un doble proceso

Para que se realice la semiotización del mundo es necesario un doble proceso: un, **el proceso de transformación** que parte de *un mundo por significar*, lo transforma y lo vuelve *un mundo significado*; el otro, **el proceso de transacción**, convierte el mundo significado en *objeto de intercambio* entre los sujetos interactuantes.



Proceso de transformación

Consiste en convertir un “mundo por significar” en un “mundo significado” estructurado a través de formas que designan categorías:

- Identifican a los seres del mundo “**nombran**”.
- Atribuyen propiedades “**califican**”.
- Describen las acciones de los seres “**narran**”.
- Motivos de las acciones “**argumentan**”.
- Evalúan esos seres, propiedades, acciones y motivaciones “**modalizan**”.

Por lo tanto el acto de INFORMAR es un proceso de describir (identificar, calificar hechos), contar (describir acontecimientos) y explicar (motivos de esos hechos y acontecimientos).

Proceso de transacción

- El **proceso de transacción** consiste en dar significado psicosocial al acto de informar
- La comunicación es entendida como un acto de intercambio donde el productor de la información, supone la ignorancia del otro, transmite un saber y supone que el otro crea, utilice, se modifique a partir de ese saber.

El acto de informar en un proceso de transacción en el cual el objeto de intercambio que circula entre los participantes es algún saber, que uno de ellos, posee y el otro no, que uno es el encargado de transmitirlo y se supone que el otro debe recibir, comprender e interpretar, al mismo tiempo que experimenta una modificación en su estado de conocimiento.

El discurso informativo

Condiciones Situacionales y Enunciativas

- CONDICIONES SITUACIONALES:** Tipo de discurso mediático se refiere a un discurso en situación de **comunicación mediática**, o sea características discursivas recurrentes en la situación de intercambio en que aparece, que determina su sentido.
- CONDICIONES ENUNCIATIVAS:** Se define por las condiciones de comunicación para que la producción lingüística tenga alguna finalidad. Esta proviene de una situación comunicativa pero se vuelve general y puede estar inserta en otras situaciones. Ejemplo: discurso didáctico situación didáctica (en el aula, en un manual) pero también en otras situaciones de comunicación, como estrategia en discurso político, científico, propaganda cuyo propósito no es didáctico. Por lo tanto prefiere hablar de **“discurso informativo”** más en general que “discurso de información mediática”.

*Para revisar las **condiciones enunciativas del discurso de la información se interroga sobre la naturaleza del saber que pone en escena y los efectos de verdad que busca.***

Naturaleza del saber

El saber es el resultado de una construcción humana a partir del lenguaje. El saber se estructura:

- Categorías de conocimiento: mirada hacia la construcción del mundo.
- Categorías de creencia: mirada hacia él mismo, hacia el sujeto.
- Elección de actividad discursiva: dar cuenta del mundo. **Describir, narrar, explicar** (sistemas de interpretación del mundo para la significación). **Adherir a su contenido o tomar distancia** (modalización).

Saberes de Conocimiento

Proviene de una representación racionalizada sobre la existencia de los seres y los fenómenos sensibles del mundo. ¿Cómo construye el sujeto esos conocimientos?

- Aprendizaje que surge de las prácticas de la experiencia, observación de datos empíricos del sentir, ver, oír, mediante percepciones para construir una explicación empírica del mundo.
- Aprendizaje de datos científicos y técnicos que intentan explicar el mundo a través de lo que no es visible. Se puede aprehender el mundo con ayuda de la intelectualidad: cálculos, razonamientos.

Estos conocimientos dan cuenta del mundo de manera OBJETIVA, o al menos eso intenta.

Saberes de Creencia

Saberes subjetivos, se ocupan de comentar el mundo. Hay evaluación y apreciación sobre el mundo.

Dan cuenta del mundo en función de la regulación de las prácticas sociales: normas efectivas de contexto, pero también a partir de los discursos sociales para evaluar esas conductas: normas ideales dan testimonio de los comportamientos (o el imaginario sobre ellos). Por ejemplo: por qué está bien o mal.

Se evalúa lo posible y probable en conductas en situaciones determinadas. Permite entre otros hacer predicciones directas "Si nombró ministro a XX es porque es un amigo". **(A)**

En la enunciación informativa sirven para lograr que otro comparta esos juicios sobre el mundo. **(B)**

- A. Evalúan lo ético (bien / mal) estético (feo / bello), hedonista (agradable / desagradable), pragmático (útil / ineficaz).
- B. La información sobre una creencia interpela al otro y lo obliga a tomar posición respecto a la evaluación. Ejemplo: "La Plata es una ciudad tranquila" interpela sobre si conoce o no La Plata y sobre si comparte esa apreciación.

Los saberes de conocimiento y de creencia se construyen dentro de un proceso de representaciones y es difícil determinar las fronteras de ambos... "las palabras son las que dan testimonio de esas representaciones" (p.58).

Estos saberes movilizan la **REPRESENTACIÓN**, concepto discutido en las ciencias humanas y sociales. Las representaciones transmitidas por los discursos están incluidas en la realidad, incluso se consideran como la propia realidad. Se apoyan en la observación empírica de la práctica de los intercambios sociales y crean un discurso para justificarlos que a su vez crea un sistema de valores.

Por ejemplo: "Es una mujer de poder"

Apela a conocimientos sobre la mujer y el poder y también es evaluativo, apela a saberes de creencia. En algunos títulos periodísticos hay efectos interpretativos cuando en vez de saber de conocimiento se apela a saberes de creencia (evaluación del lector).

Los Efectos de Verdad

Valor de verdad distinto a efecto de verdad, en ambos hay juicio epistémico. Se trata de verdad pero también de creencia, el mundo se cree verdadero.

El valor de verdad es producto de una construcción explicativa apoyada en instrumentos científicos externos al hombre. Es un valor objetivante y objetivado apoyado en técnicas de saber decir, de comentar el mundo.

El efecto de verdad tiene que ver con el creer verdad más que el ser verdad. Surge de la subjetividad del sujeto en relación con el mundo.

Diferente valor de verdad se apoya en la evidencia (o sea más se cree verdad cuanto más pruebas se tiene).

Efecto de verdad tiene que ver con la convicción, relación con un saber de opinión. Se puede captar empíricamente o a través de textos con juicios.

*Cada discurso modula sus efectos de verdad. En el discurso de la información se modula según los **motivos** para transmitir una información, según la **identidad** o sea, rasgos psicológicos o sociales de quien proporciona la información y según las **pruebas**, medios que utiliza el informador para probar la veracidad*