

TELEVISION DISCOURSE. ANALYSING LANGUAGE IN THE MEDIA

DE NURIA LORENZO-DUS

Ester Brenes Peña

Universidad de Sevilla

ebrenes en us es

Nuria Lorenzo-Dus

Television discourse.

Analysing language in the media

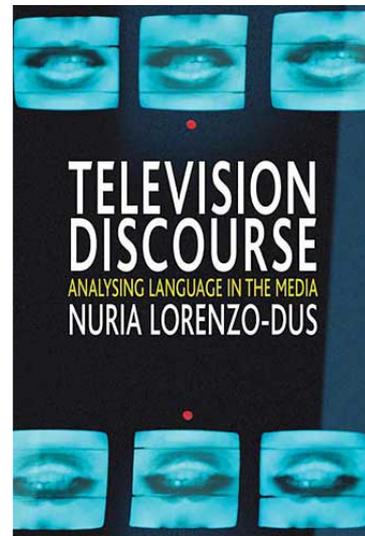
Palgrave macmillan,

Basingstoke 2008.

288 págs., ISBN: 978-1-4039-3429-1,

ISBN10: 1-4039-3429-0

us.macmillan.com/televisiondiscourse



La presente obra supone una aportación verdaderamente significativa al análisis del discurso televisivo, ámbito de estudio cuyo interés viene respaldado por dos hechos: por la importancia que posee el lenguaje en la consecución de los objetivos de este tipo de

© 2010 Ester Brenes Peña

Círculo de Lingüística Aplicada a la Comunicación 41, 144-153.

Universidad Complutense de Madrid. ISSN 1576-4737. <http://www.ucm.es/info/circulo>

interacciones comunicativas, entre los que destaca, evidentemente, la captación del interés de la audiencia televisiva, y por el enorme influjo que estas interacciones ejercen en los usos discursivos y hábitos comunicativos de la sociedad actual, debido, principalmente, a las altas cotas de difusión que alcanzan estos programas. En consecuencia, resulta obvio que la reflexión sobre sus géneros o formatos más populares, sus estructuras narrativas, los temas que se comentan de forma recurrente o el tratamiento que se dispensa por su parte a las informaciones relacionadas con el ámbito político es absolutamente necesaria.

Para poder alcanzar esta meta, N. Lorenzo-Dus se centra en el análisis pormenorizado de diferentes programas televisivos no ficcionales emitidos en tres países de habla inglesa: El Reino Unido, los Estados Unidos y Nueva Zelanda. Basándose en ellos, indaga en las estructuras lingüísticas y recursos verbales empleados, atendiendo también a elementos tan esenciales de este medio de comunicación como los procedimientos paralingüísticos, la disposición de las cámaras, los objetos que forman parte del decorado o la música de fondo utilizada. Todas estas informaciones están presentes en las transcripciones de los ejemplos analizados, que pueden ser comprendidos sin ningún tipo de dificultad por aquellos lectores que no han visionado estas interacciones anteriormente gracias a su perfecta contextualización por medio de un pequeño resumen del programa al que pertenecen y del cotexto del que se han extraído. El resultado de este minucioso análisis es, pues, el diseño de una descripción detallada, no parcial, de este tipo de discursos. Además, la relevancia de la obra aumenta si tenemos en cuenta que sus conclusiones son perfectamente extrapolables a los formatos televisivos emitidos en otros países europeos de habla no inglesa, como, por ejemplo, España.

La obra se estructura en catorce capítulos organizados de la siguiente manera: una introducción, doce capítulos agrupados en cuatro secciones correspondientes a las cuatro tendencias que rigen actualmente el discurso televisivo en general y las

conclusiones. Esquemáticamente, pues, el índice del trabajo puede quedar dibujado de la siguiente forma:

1. Introduction

Part I: Storytelling

2. Storytelling... or the Entertaining Construction of Reality

3. Once Upon a Time in a Documentary

4. Once Upon a Time in a Talk Show

Part II: Closeness

5. Closeness... or How Television Gets Up Close and Personal

6. Live News and Closeness

7. 'Close' Talk and Moral Worthiness

Part III: Conflict

8. Conflict...or the Rise of Spectacular Incivility

9. Emotional Conflict Talk and Reality Television

10. Conflict Talk and Politics

Part IV: Persuasion

11. Persuasion...or the Art of Occultatio

12. Persuasion, Politics and Television

13. Persuasion and Lifestyle Television

14. Conclusion...Television Discourse

Como puede observarse, las cuatro líneas hacia las que se orienta el diseño del discurso televisivo actual son la narración de un relato (*storytelling*), la creación de cercanía interpersonal (*closeness*), el enfrentamiento verbal (*conflict talk*) y la persuasión o argumentación (*persuasion*). Evidentemente, la misma autora reconoce que se trata de cuatro rasgos que, por su misma naturaleza, se encuentran interconectados, pero en aras de la claridad expositiva se ve obligada a tratar cada uno de ellos en apartados diferentes. Además, los tres capítulos que se insertan en cada una de estas secciones mantienen siempre la misma organización: el primero de ellos es una introducción teórica en la que se explican las bases conceptuales y los dos capítulos restantes se dedican al análisis del aspecto tratado en dos contextos de uso específicos, es decir, en dos formatos televisivos o en dos tipos de discursos propios de la televisión. Por último, antes de las referencias bibliográficas, la autora añade un glosario de términos empleados en el libro y una guía de lecturas comentadas, lo que hace que el estudio sea bastante útil tanto para aquellas personas doctas en la materia como para los lectores no iniciados.

Esta estructura, que, como puede observarse, destaca por su orden y claridad, se explica en la introducción de la obra, donde también se realza la importancia de los dos pilares del estudio, el lenguaje y la televisión, y donde se señalan, además, algunos atributos definitorios de estos géneros discursivos y que hay que tener presente en todo momento para poder comprender muchos de los rasgos que caracterizan a estas interacciones. Nos referimos a la triangulación o doble articulación propia del sistema de comunicación impuesto por los medios de comunicación de masas y a la existencia de diversos tipos o niveles de emisores y receptores, para cuyo análisis la autora sigue la propuesta de E. Goffman (1981).

Tras la introducción, y según la estructura que hemos comentado, los tres capítulos integrados en la primera sección (*storytelling*) se dedican al análisis del rendimiento que posee la narración como instrumento para entretener a la audiencia televisiva y construir una determinada visión de la realidad en dos formatos televisivos específicos: los documentales y los talk shows. En el caso de los documentales, sobresalen las

reflexiones acerca de las características que se exige a los narradores homodiegéticos y heterodiegéticos con la pretensión de agradar al receptor o sobre cómo el deseo de aumentar el volumen de receptores ha llevado a los creadores de este tipo de programas a sustituir sus antiguas formas narrativas por el empleo de estructuras de conflicto-resolución que convierten un hecho banal y rutinario en un suceso interesante. En lo relativo a los talk shows, se destaca la ventaja de la mayor credibilidad y autenticidad que le proporciona al discurso el hecho de que los narradores del mismo sean sus propios protagonistas, la distinción realizada entre el tipo de historias narradas por los invitados y el conductor del programa, cuyas diferencias se deben al distinto objetivo que persiguen, y la intensificación del carácter dramático de estos relatos; hecho al que contribuyen decisivamente los planos seleccionados y que se esgrime, evidentemente, para aumentar los niveles de recepción.

La segunda sección, *closeness*, se centra en el análisis de las estrategias utilizadas para crear y potenciar una sensación de cercanía hacia los telespectadores tanto en el formato televisivo serio y/o formal de las noticias televisivas como en los géneros televisivos más banales de los talk shows y los reality shows. En definitiva, lo que se persigue con estos recursos es la minimización del carácter asimétrico y unidireccional que poseen los discursos televisivos con respecto a la audiencia televisiva como consecuencia de su esquema comunicativo triangular. Piénsese que una de las mayores críticas que se realizan a este medio de comunicación de masas consiste en que a través de él no se produce una verdadera comunicación, sino, simplemente, una transmisión de información a ese receptor masivo y heterogéneo que es la audiencia.

Lo interesante es que la inherencia de este rasgo y la universalidad de esta crítica hace que esta meta esté también presente en programas televisivos españoles, que, curiosamente, utilizan para ello los mismos mecanismos que los comentados por N. Lorenzo-Dus en los programas de habla inglesa analizados. En otras palabras, la preferencia por un registro con un mayor grado de espontaneidad y coloquialidad que el utilizado anteriormente en estos programas para compensar la disociación entre el emisor y el receptor provocada en los medios de comunicación de masas ha sido

constatada también, en el ámbito hispánico, por autores como A. López Serena (2009) o E. Brenes Peña (2009b). De esta forma, se verifica la adaptabilidad de las deducciones obtenidas por N. Lorenzo-Dus al terreno del discurso televisivo español.

El tema central de la tercera sección, *conflict*, es el enfrentamiento verbal, actividad discursiva que se ha convertido en un poderoso instrumento lucrativo y de captación del interés del receptor en todo tipo de programas televisivos, en los informales y de entretenimiento como los *talkshows* y los *courtroom shows*, y en los formales como las entrevistas y debates políticos. En consecuencia, la causa que explica su presencia en los programas analizados es, de nuevo, el deseo de aumentar el volumen de receptores, y, de hecho, es algo que se consigue, ya que la transgresión de lo considerado como socialmente adecuado ejerce un poderoso poder de atracción en los televidentes, según ya explicara anteriormente J. Culpeper (2005). En el ámbito español, esta tendencia se ha constatado en diversos formatos televisivos no ficcionales como debates y tertulias televisivas (N. Hernández Flores, 2006; E. Alcaide Lara 2007, 2008; E. Brenes Peña, 2007), *talk shows* (E. Bernhardt, 2006) o concursos televisivos (E. Brenes Peña, 2009a). Todos ellos han seguido esta evolución hacia el aumento del enfrentamiento, de la descortesía y de la violencia verbal como un medio de atraer la atención de los telespectadores a través de la violación de lo políticamente correcto.

Lo que distingue el análisis realizado por N. Lorenzo-Dus de muchos de los que anteriormente habían apuntado este rasgo es que no se limita a enumerar los mecanismos y estrategias verbales empleados con este propósito, sino que se plantea si dicho estilo conversacional puede considerarse como descortés en géneros y situaciones interactivas en los que, además de poseer una gran frecuencia de uso, se está convirtiendo en el elemento esperado e incluso exigido. Ello lleva a la autora a sugerir que el requerimiento de la presencia de habla conflictiva en estos programas está originando nuevas variantes de los formatos televisivos tradicionales, coincidiendo, por ende, con las afirmaciones realizadas por J. Culpeper (2005), quien diferenciaba, en su análisis de los concursos televisivos, entre el formato estándar del *chat show* y del *quiz*

show y las “exploitative variants”, caracterizadas por la presencia de la descortesía verbal.

Otro de los aspectos más novedosos e interesantes en relación con este ámbito es la demostración del importante papel que juega este rasgo en la creación de una determinada identidad e imagen social que es reconocida y aplaudida por los telespectadores. Como muestra de ello, se cita cómo el estilo combativo y provocador que mantiene el periodista británico Jeremy Paxman durante sus entrevistas a representantes políticos le ha valido el apoyo de la audiencia y de los críticos, o cómo la creación de la imagen de político agresivo y seguro de sí mismo es uno de los requisitos que se exigen hoy día a los miembros de esta esfera.

Por último, la sección cuarta, *persuasion*, ahonda en el análisis de la persuasión en discursos y programas televisivos vinculados con la política y en formatos televisivos que tratan de imponernos determinados estilos de vida. Sobresale, por su interés, la comparación entre el estudio de los recursos verbales y paraverbales usados por los políticos en los debates electorales para vender una determinada imagen a los posibles votantes y el análisis de las estrategias presentes en el discurso de los profesionales de la televisión para crear y fomentar una visión concreta de estas mismas personalidades del mundo de la política. Con ello se obtiene una panorámica de la relación que mantienen los miembros de la política con el medio de comunicación televisivo y viceversa. La segunda sección de esta parte, centrada en aquellos programas en los que expertos en ciertos ámbitos dan consejos a los telespectadores sobre cuestiones de la vida diaria, revela cómo estos discursos, que aparentemente no imponen ningún precepto a los telespectadores, contribuyen a perfilar ciertos estilos de vida superficiales y globalizados.

En las conclusiones, N. Lorenzo-Dus reitera que a pesar de que algunos capítulos se centran en un formato televisivo concreto, el objetivo del libro no es examinar el discurso de unos programas específicos, sino estrategias y aspectos verbales del habla que se emplea en ellos. Así, por ejemplo, el formato de las noticias televisivas sirve

como base tanto para estudiar los elementos que tratan de potenciar la cercanía interpersonal con el receptor como para analizar las estrategias empleadas en la presentación de una determinada imagen de los miembros de la política. Además, el hecho de que sus observaciones no estén dirigidas únicamente a un programa concreto posibilita, como ya hemos demostrado, que sus conclusiones sean perfectamente extrapolables al discurso televisivo español. Para finalizar, se incide en las relaciones existentes entre los cuatro aspectos analizados y en cómo estos se vinculan con tres temas emergentes a lo largo de todas estas páginas: la emoción, la moralidad y la creación de una apariencia de realidad.

En general, puede decirse que por sus acertadas observaciones, su exposición clara y precisa de todo el bagaje teórico utilizado y el análisis tan detallado y minucioso realizado de los programas seleccionados, la obra constituye una lectura esencial para todas aquellas personas interesadas en el estudio del discurso televisivo. Lógicamente, las ideas teóricas expuestas en ella se relacionan con las investigaciones anteriores que N. Lorenzo-Dus ha venido realizando en este campo de estudio (2001, 2005, 2006a, 2006b, 2007, 2008, 2009). Todas ellas aparecen estudiadas con muchísimo más detalle y profundidad en este libro, que también contiene numerosas aportaciones originales. En definitiva, pues, se trata de una obra que, además de promover el interés en esta área, puede calificarse como una referencia ineludible en el estudio del discurso televisivo, sin circunscribirse únicamente al ámbito inglés.

Recibido: 20 enero 2010

Aceptado: 24 febrero 2010

Revisado: 25 febrero 2010

Publicado: 27 febrero 2010

Referencias bibliográficas

- Alcaide Lara, E. (2007): “Estrategias descorteses en los debates televisivos españoles”, en L. Cortés et al., *Discurso y oralidad. Homenaje al profesor J. J. de Bustos Tovar*, Madrid, Arco Libros, Vol. II, 635-650.
- (2008): “Interjección y (des)cortesía: Estudio sobre debates televisivos en España”, *Oralia* 11, 229-254.
- Bernhardt, E. (2006): “Intensificación y atenuación en relación con cortesía y descortesía en un talk show de la televisión española”, en M. Schrader-Kniffki (ed.), 43-60.
- Bousfield, D. (2008): *Impoliteness in Interaction*, Amsterdam/Philadelphia, John Benjamins Publishing Company.
- Brenes Peña, E. (2007): “Estrategias (des)corteses y agresivas en la figura del tertuliano televisivo: ¿transgresión o norma?”, *Linred* V, 1-19.
- (2009a) “Grados de descortesía en la expresión de juicios y valoraciones negativas. Un caso concreto: Risto”, *Interlingüística* 18, 178-189.
- (2009b): *La agresividad verbal y sus mecanismos de expresión en el español actual*. Tesis doctoral. Universidad de Sevilla
- Culpeper, J. (2005): “Impoliteness and entertainment in the televisión quiz show: The Weakest Link”, *Journal of Politeness Research* 1 (1), 35-72.
- Goffman, E. (1981): *Forms of Talk*, Oxford, Blackwell.
- Hernández Flores, N. (2006): “Actividades de autoimagen, cortesía y descortesía: tipos de actividades de imagen en un debate televisivo” en J. L. Blas Arroyo, M. Casanova Ávalos- M. Velando Casanova (eds.) *Discurso y sociedad*:

contribuciones al estudio de la lengua en contexto social, Castelló de la Plana, Publicaciones de la Universitat Jaume I, 1583- 1591.

- López Serena, A. (2009): “Los medios de comunicación audiovisual como corpus para el estudio de la sintaxis coloquial”, en M.V. Camacho Taboada, J. Rodríguez Toro, J. Santana Marrero (eds.), *Estudios de Lengua Española: Descripción, Variación y Uso. Homenaje a Humberto López Morales*, Madrid/Frankfurt, Iberoamericana/Ververt, 405-437.
- Lorenzo-Dus, N. (2001): “Up close and personal: the narrativization of private experience in Media Talk”, *Studies in English Language and Linguistics* 3, 125-148.
- (2005): “Emotional DIY and proper parenting”, Kilroy, J. Aitchison-D. Lewis (eds), *New Media Language*, London/New York, Routledge, 136-145.
- (2006a): “Buying and selling: Mediating persuasion in British property shows”, *Media, Culture and Society* 28, 739-761
- (2006b): “The discourse of lifestyles in the broadcast media”, P. Bou Franch (ed), *Ways into Discourse*, Granada, Comares, 135-150
- (2007): “(Im)politeness and the Spanish Media: The Case of Audience Participation Debates”, en M. E. Placencia- C. García (eds.), *Research on politeness in the Spanish-Speaking World*, Mahwah, NJ, London, Lawrence Erlbaum Associates, 145-166.
- (2008): *Real* disorder in the court: An investigation of conflict talk in US courtroom shows, *Media, Culture and Society* 30, 81-107
- (2009): “*You’re barking mad, I’m out*: Impoliteness and broadcast talk”, *Journal of Politeness Research* 5, 159-187.