

LA RENTABILIDAD DE LAS CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN E INFORMACIÓN EN LA DIDÁCTICA DE LOS IDIOMAS

WŁODZIMIERZ J. SZYMANIAK
Universidad Fernando Pessoa, Oporto

INTRODUCCIÓN

La didáctica de los idiomas es todavía una disciplina joven y una de sus limitaciones reside quizá en la falta de una metodología de investigación homogénea y verificable. Por otro lado, nuestra disciplina se halla “condenada” *ex definitione* a hacer uso de los instrumentos metodológicos y terminológicos de otras ciencias. Estas no siempre son disciplinas próximas como, por ejemplo, la psicología, la didáctica general, la teoría de la educación u otros vastos campos de la lingüística aplicada. A veces los estudiosos tienen que moverse en los ámbitos de disciplinas más lejanas como la neurofisiología, o cada vez más la informática.

En el presente trabajo voy a señalar la rentabilidad de la teoría de la comunicación en la didáctica de los idiomas modernos con una orientación especial para la formación de los profesores de idiomas.

La didáctica de los idiomas muchas veces se ve injustamente reducida a la pura metodología de la enseñanza. Muchos son los autores que no toman en cuenta aspectos tales como la adquisición de la lengua, el trabajo individual del alumno, o el análisis de factores externos favorables al éxito en el proceso de enseñanza/aprendizaje.

Precisaré que, por formación lingüística entiendo no sólo la enseñanza de idiomas a cualquier nivel, sino también el trabajo individual del alumno, la enseñanza con fines profesionales (*Language for Special Purposes*) así como la preparación lingüística y especializada de los profesores de idiomas (*Teacher Training, Formation des formateurs*).

Resulta igualmente pertinente el análisis de las condiciones favorables para una motivación positiva así como la determinación del contacto con los medios de comunicación extranjeros (y en consecuencia multilingües) en el marco de las expectativas de los individuos de la época postindustrial. Parcialmente son, pues, los profesores de idiomas quienes tendrían que responsabilizarse de la preparación de jóvenes que habrán de desenvolverse en medio de una gran cantidad de informaciones y ser capaces de percibir las interdependencias entre las mismas.

También es necesario tener en cuenta la evolución de los soportes. La palabra acompañada cada vez más por la imagen, que ya no es un elemento adicional, redundante al contenido verbal, sino un constituyente inseparable del resto del texto. Hay que considerar también las relaciones entre las fluencias comunicativas en la lengua materna y en la extranjera. Como

ejemplo de esta relación se pueden citar las actividades de traducción e interpretación, que son, a su vez, un ejercicio recomendable para la formulación de las ideas en su transmisión posterior.

Como las tendencias señaladas son mucho más visibles a nivel global tenemos que reconocer que los profesores de idiomas tienen actualmente algunas tareas nuevas. Se trata no sólo del aprendizaje y perfeccionamiento de las formas lingüísticas (léxicas y gramaticales) y de la percepción de la cultura del idioma enseñado, sino también de la adquisición por parte de los alumnos de la competencia comunicativa: lingüística, intercultural y mediática, comprendida como utilización adecuada de las redes disponibles para el acceso a la información, adoptando, al mismo tiempo, una postura crítica ante el efecto mediático.

Para responder al objetivo formulado, la formación lingüística y profesional de profesores en lengua materna y extranjera tendría que incluir también algunos elementos de las ciencias de la comunicación, tales como, por ejemplo, la semiótica de los *mass media*, las técnicas de negociación, la comunicación intercultural, la gramática de la comunicación, etc.

1. SEMIÓTICA DE LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN DE MASAS

El fenómeno de los mass-media en su forma actual no tiene más que unos 50 años y a pesar de gozar ya de una innumerable cantidad de estudios de diversa índole, continua suscitando el interés de investigadores de varias áreas. La didáctica de los idiomas siempre ha seguido con interés la evolución de la comunicación de masas, viendo en ella un soporte técnico para la clase o eventualmente un medio para todo tipo de cursos a distancia.

En el presente trabajo, quisiera situar los comentarios sobre los *mass media* en un contexto más amplio, es decir, examinar de qué manera éstos determinan las necesidades lingüísticas del hombre de finales de siglo XX. Otro objetivo fijado es observar la presencia de los medios plurilingües en la totalidad del paisaje informativo.

1.1. El carácter plurilingüe de la comunicación de masas

El problema del multilingüismo desde siempre ha llamado la atención de los humanistas, sobre todo en su aspecto relacionado con la literatura comparada y la traducción. El trabajo, ya clásico, *Languages in Contact* (Weinreich, 1953) de Harald Weinreich sobre el problema de la diglosia y de los distintos tipos de interdependencias entre las lenguas no pudo tomar en cuenta la aportación y la influencia masiva de los mass-media en el cambio lingüístico de la segunda mitad del siglo XX. Hasta ahora no disponemos, pues, de un trabajo exhaustivo sobre el multilingüismo del paisaje de la comunicación social. Los trabajos teóricos sobre el impacto cultural de los *mass media* suelen limitar las observaciones al estricto problema comunicativo, dejando a un lado las interdependencias entre los idiomas.

La pura observación empírica del mercado mediático permite la conclusión de que los *mass media* tienen en cuenta la competencia lingüística del auditorio. Como ejemplo, se pueden citar varias publicaciones bilingües y hasta plurilingües, cadenas de televisión que emiten en varias lenguas, programas de televisión acompañados por subtítulos que repiten la banda sonora del programa o de la película¹. En el caso del profesor de idiomas se podría,

(1) Prácticas de este tipo fueron introducidas por la cadena francesa TV 5 Europe, destinada a un público no francés.

pues, recomendar una cierta sensibilidad ante este aspecto de la comunicación de masas a la hora de seleccionar el material adecuado para la clase y también en el asesoramiento de los alumnos acerca de los soportes igualmente adecuados para el trabajo individual.

1.2. La correlación interdisciplinar

La correlación entre las disciplinas enseñadas es una de las reglas básicas de la didáctica general (*complexity principle*). El fenómeno de los *mass media*, por su complejidad y por su continua evolución, interesa a los representantes de varias disciplinas. Por el mismo motivo, la hasta ahora inexistente educación mediática podría resultar del cruce de los esfuerzos pedagógicos de varios especialistas. De este modo los alumnos estarían mejor preparados para *navegar* entre bloques de información, y por otro lado, también sabrían defenderse de los efectos nocivos de la exposición al flujo de informaciones.

Es relativamente fácil imaginar proyectos educativos en este campo. Como proyectos posibles baste citar un cursillo coordinado entre lengua inglesa e informática o, por ejemplo, un proyecto sobre adaptaciones cinematográficas, común para la lengua materna y la extranjera. Igualmente interesantes serían proyectos sobre la imagen mediática de la herencia cultural o política común, realizados paralelamente en las clases de historia y de lengua extranjera. Posibilidades teóricas sobran. Lo único que hace falta es un cierto empeño para su realización.

1.3. Ventajas del discurso mediático

El discurso vehiculado por los *mass media* se caracteriza por el uso paralelo de varios códigos. Encontramos fácilmente la fusión entre los códigos gráfico, visual, sonoro y verbal. El uso paralelo de varios códigos se relaciona directamente con otro fenómeno propio a los medios, es decir, la redundancia, particularmente en sus variantes referentes al código y al canal de transmisión. La redundancia tradicionalmente viene a representar todos aquellos casos de hiperdeterminación del texto. La mayoría de los lingüistas ven en la redundancia un mecanismo de defensa de la lengua contra los ruidos que amenazan la información vehiculada. La redundancia como tal conlleva también algunos riesgos y mal dosificada puede convertirse en ruido informativo.

En el caso de los *mass media* la redundancia, al lado de su función primaria, es decir, protección contra los ruidos, desempeña también un papel mnemotécnico, facilitando la memorización del mensaje. La etapa actual en el desarrollo de los medios se caracteriza por una muy fuerte redundancia del canal, ya que varios soportes transmiten el mismo mensaje contribuyendo así a la versión global de un determinado acontecimiento.

Tal como ya hemos observado, el mensaje mediático se caracteriza por su carácter polifónico. Incluso la radio, el medio técnicamente más sencillo, opera a través del código verbal, de efectos sonoros o de música. Otro rasgo característico del mensaje mediático es su vinculación con el contexto socio-político (*High-Context Message*). La función lingüística predominante en el discurso es, sin duda alguna, la función referencial, lo que se refleja en el uso de las formas gramaticales y léxicas adecuadas.

Uno de los principales géneros mediáticos se encuentra en las noticias de las grandes agencias de prensa. La lengua de las noticias suele ser lapidaria, precisa y carente de comentario *explicite* (Leguineche, 1992: 121).

En el mundo moderno la retórica de las agencias es bastante semejante, y viene marcada por las escuelas del periodismo anglosajón (la llamada información *glacial*).

Otro rasgo característico es la relación con las terminologías y lenguajes especializados, sobre todo el lenguaje económico y jurídico. Para evitar ambigüedades se editan glosarios especializados para lectores, y periodistas. Como ejemplo se puede citar *Reuters: Glossary of International & Financial Terms* (London, 1991), actualizado periódicamente. Otro tipo de instrumentos que pueden facilitar la comprensión de los *mass media* son los llamados libros de estilo², cuyo objetivo principal es unificar las convenciones que hacen de la escritura periodística un lenguaje. En el caso del profesor de idiomas, los glosarios o los libros mencionados pueden servirle perfectamente para la preparación de los documentos auténticos que ha de introducir su clase.

Como vemos el mundo de la comunicación social ofrece innumerables pistas para la didáctica de los idiomas, pero al mismo tiempo genera en el sistema educativo y a los profesores de idiomas en particular nuevas responsabilidades.

2. LA NEGOCIACIÓN

En los últimos años proliferaron los estudios sobre los diversos campos de la comunicación. Uno de los campos más estudiados es, sin duda, el de las técnicas u otros aspectos de la negociación.

2.1. El fenómeno de la negociación tiene su realización particular en las sociedades democráticas, donde a diario se confrontan intereses opuestos y donde numerosos conflictos tienen que ser resueltos por los sujetos interesados siempre que sea posible no recurrir a instancias superiores. Las negociaciones están también orgánicamente vinculadas con el mundo de los negocios, donde, por otro lado, el conocimiento de idiomas, no es ya sólo útil, sino que cada vez más suele ser considerado como una habilidad normal y evidente.

Pero simultáneamente, la mayoría de los manuales de idiomas y otros materiales curriculares suelen presentar una visión idealizada del mundo, inmune a los conflictos, crisis u otras situaciones problemáticas.

2.2. Los enfoques modernos de la psicología social y de la comunicación empresarial (Waszkiewicz, 1997) renuncian ya a una visión apolínea de las actividades económicas y subrayan el papel creativo e innovador de los períodos de crisis. En cierto modo podemos decir que actualmente estamos observando un cambio semántico en la palabra *crisis*, el cual consiste en la vuelta a su significado original. En el griego clásico, el vocablo *krisis* derivado del verbo *krinein* (separar, elegir, juzgar), tenía el significado de *selección, decisión, separación*. Del mismo campo lexical derivan también *kriterion* –es decir “signo discriminatorio” y *kritikós*– “el que sabe distinguir”.

Así que la crisis, más que situación problemática, es momento de verificación de nuestro saber y de nuestra experiencia (ibídem, p.172). La crisis o conflicto suele generar automáticamente la necesidad de comunicación y, en consecuencia, de negociación. La incomunicación en tales momentos puede resultar imprevisible y hasta catastrófica.

(2) Basta citar *El País: Libro de estilo*, publicado sistemáticamente.

Por eso la competencia comunicativa tiene que incluir, por lo menos, algunas estrategias lingüísticas en la gestión del conflicto (*conflict management*).

2.3. Las conclusiones para la lingüística aplicada pueden ser de diversa índole. Los períodos de crisis suelen ser momentos en que se toman decisiones. Por lo mismo son un buen pretexto para el ejercicio y aprendizaje contextualizado de todo tipo de estructuras modales y condicionales.

—El elemento básico del buen negociador es, sin duda alguna, saber escuchar. En la clase de lengua extranjera, el perfeccionamiento de esta habilidad puede tener a la vez varios objetivos (*complexity principle*) :

—primero: desarrollar la postura asertiva y su manifestación frente al representante del *bando opuesto*;

—segundo: acostumbrar al alumno al material lingüístico en una manifestación retórica muy definida;

—tercero: servir de punto de partida para las técnicas de paráfrasis del discurso del otro.

Los ejercicios de este tipo pueden ser focalizados de varias maneras. Podemos, por ejemplo, orientar al oyente para la captación de los puntos débiles del locutor y la preparación consecutiva de los contrargumentos y preguntas puntualizadas. Otra variante posible es la de definir las palabras clave del monólogo y la definición de su tema principal. Ejercicios de este tipo pueden ser realizados ya en las fases iniciales del aprendizaje para proporcionar al alumno una especie de “inmersión” lingüística.

Algunos ejercicios productivos pueden arrancar de la paráfrasis de las palabras del otro. La paráfrasis puede ir acompañada o introducida por elementos modales del tipo: *me parece que, si he entendido bien, como se puede comprender*, etc. Al mismo tiempo, podemos sensibilizar a los alumnos a la función fática y metalingüística de los elementos componentes del *dictum* en la lengua extranjera y en la materna.

Los alumnos, generalmente, aprecian los ejercicios derivados del *case study*, ya que los mismos permiten desarrollar la creatividad y posibilitan la introducción de una parte lúdica. Las situaciones de la negociación pueden variar extremadamente, empezando por una conversación de un conductor con un policía después de haber cometido alguna infracción, y terminando con la simulación de una mesa de negociaciones políticas. Otra posibilidad, con una indudable carga práctica, es la simulación de una entrevista con el jefe de personal de la empresa contratadora. Sobra decir que las entrevistas y los C.V. redactados en idiomas extranjeros forman parte de la realidad profesional, sobre todo en el caso de los especialistas de alta formación, los llamados *knowledge workers*.

Ejemplos de ejercicios de técnicas de la negociación podemos encontrarlos en cada manual de esta materia. Podemos añadir que la mejor fuente suelen ser los manuales redactados en la lengua que explicamos, ya que ofrecen siempre un inventario de modismos y, de alguna manera, reflejan las costumbres institucionalizadas del país cuyo idioma enseñamos, lo que nos aproxima al objetivo de la competencia intercultural.

3. LOS CONTACTOS INTERCULTURALES

La vasta problemática de los contactos interculturales (*cross-cultures contact*) es otro campo común de la didáctica de idiomas y de las ciencias de la comunicación.

El mundo, aparentemente cada vez más globalizado y homogeneizado, no cesa de ofrecer sorpresas relacionadas o surgidas de la falta de comprensión del otro o del puro tribalismo³. La enseñanza masiva y masificada de idiomas tendría que contribuir, de alguna manera, a la formación de actitudes aptas para funcionar en el mundo neoliberal, más o menos desregulado pero abierto⁴.

El enfoque tradicional subrayaba el papel de la cultura o *civilización* en la enseñanza/aprendizaje de idiomas. Tradicionalmente se empezaba por la literatura o por aspectos *civilizacionales* de la vida cotidiana, tales como, por ejemplo, costumbres o gastronomía. Los enfoques más recientes dan una mayor importancia a los factores dinámicos de la cultura (Krzeminska, 1992).

En el contexto actual y cada vez más global de la enseñanza de idiomas, la carga informativa sobre una cultura o cultura del idioma en cuestión ya no es suficiente y a veces puede parecer hasta redundante. Como ejemplo se puede citar el hecho de millones de personas que estudian inglés sin demostrar gran interés por las culturas británica, norteamericana o australiana. Del mismo modo la conversación realizada en inglés, por ejemplo en Buenos Aires, entre un polaco y un argentino no tiene por qué pasar por el filtro de la cultura anglosajona.

Como observó Gauthier (1994), y luego puntualizaron Menéndez Ayuso y Delgado Cabrera (1996) toda comunicación hace que se enfrenten experiencias totalmente diferentes. Lo mismo se actualiza a nivel de contactos internacionales y sobre todo interétnicos.

3.1. Sin negar la importancia de la información cultural en sentido tradicional, es decir, elementos tales como la literatura, el arte, la historia, las costumbres o la gastronomía, parece que es igualmente importante la percepción de la cultura como un espectro de eventos comunicativos que permiten generar mensajes completos (*complete message*).

Trabajando con el material didáctico culturalmente relevante, podemos, por ejemplo, tratar de ver las diferencias entre el papel del contexto para determinar el significado a nivel del *modus y del dictum*. El estudio *Intercultural Communication* de Porter e Samovar (1991) ofrece un excelente instrumento para esta tarea.

Los autores mencionados proponen una tipología de lenguas y culturas según el criterio de la importancia de los factores exteriores al acto del habla. Según sus criterios, las culturas orientales se basan mucho más en los factores contextuales que, por ejemplo, las culturas centro europeas.

Su utilidad para la didáctica de los idiomas es evidente, pero quisiera subrayar aquí el valor global del enfoque sin que éste se vea limitado a la mera percepción de las diferencias contextuales entre la lengua y cultura maternas y la lengua y cultura X. Las películas pueden servir de excelente punto de partida, ya que ofrecen el espectro de la comunicación bastante completo y al mismo tiempo accesible a la segmentación. Pueden servir de ilustración, por ejemplo, de los juegos lingüísticos de Wittgenstein (1953) o de las diversas maneras de concebir el tiempo y el espacio.

En estos últimos campos podemos observar algunas diferencias notables incluso entre los países europeos. Como ejemplo baste citar los famosos “la semana que viene” o “venga

(3) Cfr. Grupo de trabalho. “Os impactos da mundialização numa abordagem pluridisciplinar”. *Revista da UFP*, 2, vol. 2 p. 393.

(4) Me refiero aquí al concepto de la sociedad abierta de Karl Popper formulado y redefinido a partir del libro *Open Society and Its Enemies*.

usted mañana” de la Península Ibérica o la división entre el tiempo monocromático y policromático (Hall, 1957). Otro ejemplo relevante pueden ser las diferencias entre encuentros más o menos ritualizados tales como el almuerzo dominical o una cena de negocios.

Otro campo de problemas interesantes es la postura frente a los excluidos, existentes en todas las sociedades, es decir los grupos marginales o marginalizados. Es un fenómeno universal y generalmente aceptado de forma explícita o implícita.

3.2. Es evidente que la didáctica de idiomas no puede proponer soluciones únicas pero, por lo menos, puede contribuir a detectar, percibir e interpretar ciertos problemas a menudo omitidos o callados.

Otro desafío de la comunicación intercultural son los patrones o estilos comunicativos. Aquí podemos distinguir las oposiciones siguientes:

- estilo directo/ indirecto;
- estilo expresivo/ atenuado;
- estilo individualizado/ centrado en el papel;
- estilo endocéntrico/ exocéntrico.

Todos estos aspectos aquí ilustrados no son más que algunas de las contribuciones posibles de las ciencias de la comunicación a la didáctica de idiomas modernos, aparecen esbozados, abierta su problemática pero evidentemente sin ofrecer soluciones únicas.

Nuestra intención última ha sido mostrar que es imprescindible ver claramente que las dos disciplinas comparten el mismo objetivo: facilitar la comprensión humana, que forma parte de las acciones educativas en todos los países y a la que concurre la didáctica de los idiomas, especialmente en los contextos educativos institucionales.

BIBLIOGRAFÍA

- ATALLAH, P. (1995). *Théories de la communication. Histoire, contexte, pouvoir*. Sainte Foy: Télé Université.
- CURY, L., LACERDA, L., MADUREIRA, C. S. (1998). Os impactos da mundialização numa abordagem pluridisciplinar. *Revista da UFP*. 2. Oporto: Universidad Fernando Pessoa.
- ESCARPIT, R. (1991). *L'information et la communication: théorie générale*. Paris: Hachette.
- GAUTHIER, M. (1994). Quelle linguistique pour l'expression libre. II Simposi Internacional de didáctica de la llengua i la literatura (Ponències, seminaris i tallers), Madrid/Barcelona, S.E.D.L.L./Universitat de Barcelona, 81-93.
- HALL, T. E. (1959). *The Silent Language*. New York: New York University Press.
- JAKOBSON, R. (1963-73). *Essais de linguistique générale*. Paris: Éd. De Minuit.
- KOZIELECKI, J. (1995). *Koniec wieku nieodpowiedzialności*. Warszawa: Ed. J. Santorski.
- KRZEMINSKA, W. (1992). Cywilizacja w dydaktyce języka obcego. Skąd idziemy, dokąd zmierzamy. *Jezyki Obce w Szkole*, 1, 17-23.
- LEGUINECHE, M. (1992). Lengua del periodismo y lenguas especiales. En P. García Domínguez y A. Gómez Font, *El idioma español en las agencias de prensa*. (pp. 214-217). Madrid: Fundación Germán Sánchez Ruipérez.
- MENÉNDEZ AYUSO, E. Y DELGADO CABRERA, A. Medios de comunicación social y enseñanza de la lengua oral. *Lenguaje y Textos*, 9, 147-162.
- POPPER, K. R. (1966). *Open Society and Its Enemies*. Princetown: Princetown University Press.
- PORTER, R. E., SAMOVAR, L. A. (1991). *Intercultural Communication*. New York: A. Reader.
- WASZKIEWICZ, J. (1997). *Jak Polak z Polakiem. Szkice o kulturze negocjowania*. Wrocław: Ossolineum.
- WEINREICH, U. (1953). *Languages in Contact*. New York: Linguistic Circle.
- WITTGENSTEIN, L. (1953). *Philosophical investigations*. Oxford: Basil Blackwell.