

NOTAS SOBRE LA REPRESENTACION DEL AUDITORIO EN EL DISCURSO

INAUGURAL DEL PRESIDENTE MORALES¹

Juan Marcelo Columba Fernández²

Palabras clave: análisis del discurso, argumentación, auditorio, Morales, Bolivia.

INTRODUCCIÓN

El estudio del discurso político, desde la perspectiva del análisis argumentativo, nos permite aproximarnos a este producto del lenguaje para comprender su naturaleza persuasiva a partir de los elementos que lo constituyen y aquellos que permiten su materialización.

Entre aquellos elementos que cobran singular importancia en este tipo de estudios, se encuentra aquel que hace referencia a la instancia que recepciona e interpreta los mensajes y discursos emitidos.

El presente escrito tiene por objeto estudiar la noción de auditorio considerada en el marco de la alocución de transmisión de mando presidencial de enero de 2006 en Bolivia; se pretende, entonces, realizar una aproximación a la manera en la que un presidente electo se dirige a un auditorio mediante su discurso.

Para este propósito, revisaremos algunas categorías que, desde el ámbito del análisis discursivo, permiten aproximarnos a la noción propuesta y a sus particularidades en el caso del mensaje presidencial estudiado. Se aborda un discurso que reviste la importancia de expresar el pensamiento de Evo Morales, primer presidente que asume una identidad indígena en la historia boliviana y visible representante de los denominados movimientos sociales en América Latina.

¹ Documento basado en el texto presentado en el coloquio « Les mouvements sociaux et l'état en Amérique Latine » el 4 de febrero de 2007. Maison du Mexique - Cité Universitaire de Paris, France.

² Lingüista titulado de la Universidad Mayor de San Andrés de Bolivia. Doctorante en ciencias del lenguaje en la Universidad de Paris XII, Céditec (<http://www.univ-paris12.fr/www/labos/ceditec/columba.html>)

CONSTRUCCIÓN DEL AUDITORIO: MODELO MENTAL, ESQUEMATIZACIÓN Y REPRESENTACIÓN DISCURSIVA

La construcción del auditorio debe considerarse a partir de un tipo de discurso particular. El discurso de transmisión de mando presidencial de enero de 2006 tiene su origen en un dispositivo de comunicación socio-historicamente definido; un género discursivo en el sentido que plantea Maingueneau (1996: 44) que bien se podría denominar como el de investidura presidencial. Dicho género es caracterizado, en lo referente al estatus del enunciador y co-enunciador, por un presidente elegido (orador) quien se dirige a los miembros del congreso nacional, a los ciudadanos de Bolivia en general y a los presidentes o representantes de otras naciones invitadas al evento (auditorio compuesto); evidentemente el turno de habla privilegia al orador. Asimismo, un rasgo atribuible a este género discursivo es la amplia difusión del mensaje presidencial, esto en vista de que la mayor parte de las cadenas televisivas y radiales del país transmiten en vivo la ceremonia de investidura; igualmente, las repercusiones en la prensa escrita nacional e internacional llegan, normalmente, a alcanzar importantes proporciones cuando cubren cambios políticos nacionales de este tipo. Finalmente, el género de investidura presidencial permite abordar una temática referida, principalmente, al programa de gobierno que las autoridades recientemente electas se comprometen a cumplir.

En este marco, puede estudiarse la noción de auditorio como un receptor colectivo de la comunicación oral, es decir, el conjunto de participantes hacia los cuales se dirige un orador; sin embargo, el uso particular del término en el marco argumentativo refiere más bien a un colectivo ideal o imaginado; conocimiento que el orador expresa principalmente en estereotipos (Charaudeau et Maingueneau, 2002: 172).

Se debe notar que esta definición argumentativa de auditorio se plantea desde el ámbito de las abstracciones y sus representaciones estereotípicas (un estereotipo se considera

desde la perspectiva del presente escrito, como un modelo o imagen mental colectiva fija que contiene el conjunto de rasgos definitorios de aquella realidad a la que refiere); un ámbito no real sino discursivo, un “orden” que considera los sujetos reales (en nuestro caso, un conjunto de sujetos) materializados en formas verbales o escritas que, a su vez, refieren y tienen como origen una realidad física, biológica y cultural. Estas formas del discurso referentes al auditorio se fundamentan en el conocimiento del orador sobre quienes Grize denomina un sujetos en el mundo³, en nuestro caso un conjunto social heterogéneo.

Así, para la elaboración de un discurso, el orador político tiene presente un modelo mental (J.-B. Grize: 1992) y a partir de éste elabora una representación discursiva de aquel a quien se dirige; esta representación se llevará a cabo a partir de un mecanismo de puesta en discurso del modelo mental que el orador concibe sobre el auditorio, un proceso denominado esquematización, mediante el cual se activan ciertas propiedades presupuestas del auditorio orientadas a definirlo⁴.

En este sentido, la producción de un discurso se sitúa en una perspectiva dialógico vale decir, en función al interlocutor. La elaboración de un producto del lenguaje sin tener en cuenta a quien nos dirigimos se presenta como una posibilidad alejada, inadecuada y poco concebible en el discurso argumentativo, esto dado que producimos materiales sýgnicos con el fin primordial de que interpelen a las personas, sean interpretados por ellas e intenten influir en su pensamiento.

El orador piensa, entonces, en las características principales del sujeto colectivo a quien se dirige, características que hacen parte de la información relevante a la construcción

³ Adam 1999 : 117

⁴ Amossy (2000: 38 y 39) retoma el termino “schématisation” de J.-B. Grize (1992: 2) quien lo desarrolla en el seno de su teoría de la lógica natural, definida como la teoría de las operaciones lógico-discursivas que producen esquematizaciones. La esquematización tiene en la teoría de J.-B. Grize una doble acepción; según Adam (1999: 104) el termino refiere tanto a un proceso como a un resultado. En el caso del discurso que estudia el presente escrito, se considera el termino esquematización como “proceso” retomando la denominación “representación discursiva” para el “producto o imagen verbal” producida en los enunciados del discurso.

argumentativa⁵. Ello constituye el modelo mental que el orador fabrica sobre su auditorio, modelo que deberá ser materializado (representado) en el discurso a través del proceso de esquematización.

El modelo mental de auditorio que el orador activa durante la elaboración de un discurso argumentativo, está basado en la “doxa”, palabra griega que designa la opinión común (Amossy 2000: 36; Charaudeau et Maingueneau 2002: 197). Esto en vista de que el objetivo del productor de discurso (engendrar adhesión a las ideas expresadas) no se alcanza sino mediante una argumentación producida en base a creencias compartidas.

En este marco, los estereotipos considerados como elementos dóxicos (Amossy 2000: 110), permitirán establecer puntos de acuerdo entre los interlocutores; así, una construcción del auditorio expresada en formas estereotípicas comporta un acuerdo suficientemente amplio para desarrollar la argumentación.

Entonces, el orador al concebir el modelo mental de su auditorio moviliza un proceso de estereotipización, es decir, la puesta en marcha o práctica del estereotipo traducida en el acto mental que lleva lo singular a una categoría general dotada de atributos fijos (Amossy, 1991: 10); resultando de este procedimiento una imagen mental colectiva fija que puede describirse atribuyendo un conjunto de predicados a un tema. (Ibid., 2000: 40).

Se puede distinguir, de esta forma, tres fases elementales en la construcción del auditorio en el discurso: el modelo mental colectivo (o estereotipo que incluye el conjunto de características percibidas y presupuestas sobre el interlocutor), la esquematización (proceso que retoma ciertas características del modelo mental colectivo con el fin de inscribirlas en el discurso) y la representación discursiva o forma estereotípica (que será el producto de las ideas colectivas esquematizadas o puestas en discurso, vale decir, el rastro interpretable del lenguaje materializado verbal o escrituralmente).

⁵ Columba, 2005: 85

Por otra parte, el orador político, al momento de elaborar su representación discursiva, debe tener en cuenta tres dimensiones que refieren al auditorio: a) los conocimientos del interlocutor, b) su nivel de lengua y c) sus valores⁶; es decir, el orador representará en la materialidad discursiva aquello conocido, en términos familiares que remitan a una aprobación o desaprobación por parte del receptor.

Cabe en este punto, mencionar la posibilidad de enriquecimiento de la reflexión teórica sobre el auditorio, al considerar el papel de la información circulante en los medios masivos de comunicación al interior de una sociedad. Dicha información (llámese mediática) actualiza conocimientos previos, utiliza una terminología accesible y apela a valoraciones compartidas por los miembros de diferentes sectores de conjunto social; elementos constitutivos de las creencias compartidas y de las representaciones discursivas sobre el auditorio construido en el discurso argumentativo.

⁶ Amossy, op. cit.

Proceso de construcción del auditorio en el discurso argumentativo

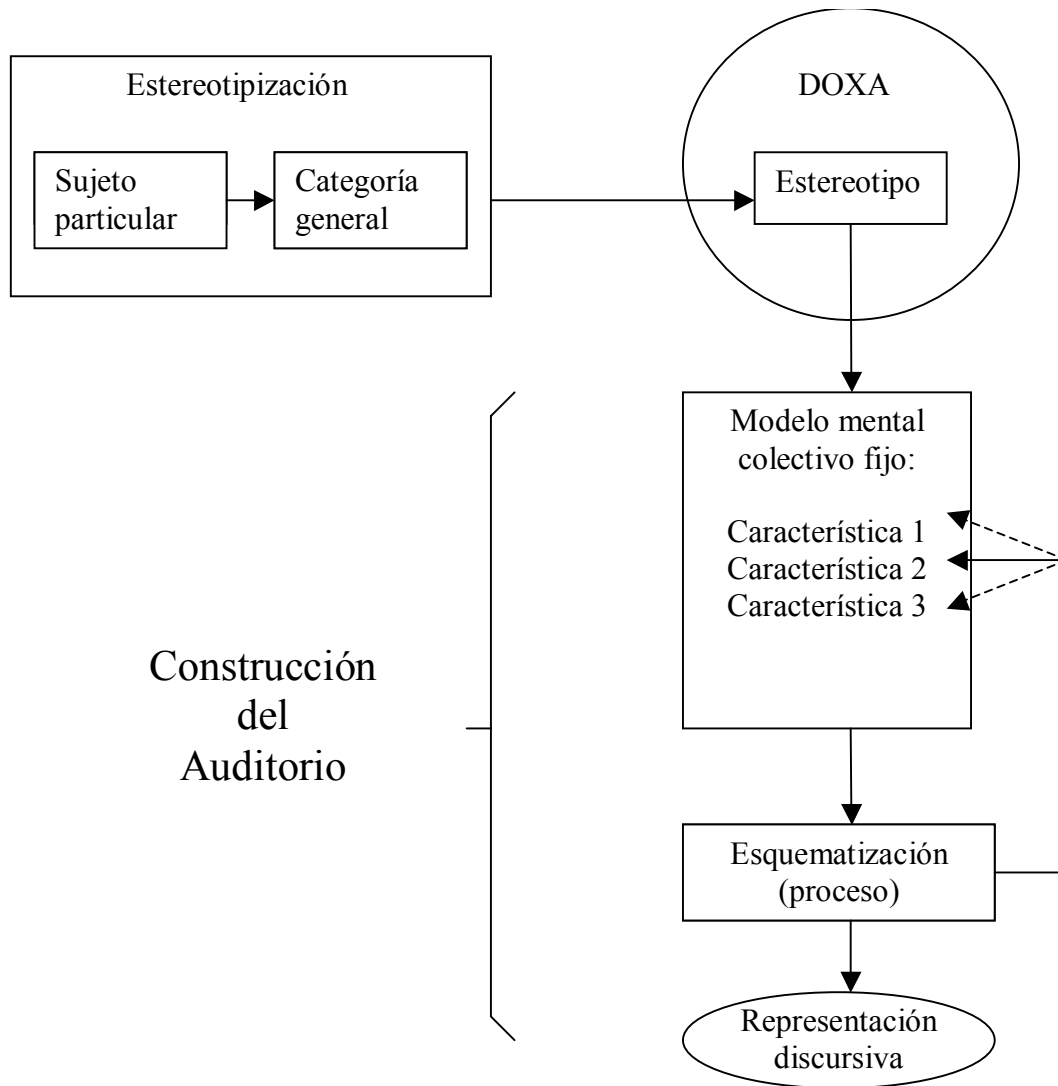


Fig. 1. El sujeto X pertenece a la categoría general Z que contiene los atributos que comparte un grupo social. Dicho sujeto, la categoría y sus atributos se materializan en representaciones discursivas, fundamentadas en las creencias comunes de un discurso que pretende hacer compartir las ideas expresadas.

REPRESENTACIÓN DEL AUDITORIO EN EL DISCURSO INAUGURAL DEL PRESIDENTE MORALES

A continuación se muestra una aproximación al estudio de la construcción del auditorio, tomando como datos de análisis algunos fragmentos del discurso de transmisión de mando presidencial en Bolivia, evento que tuvo lugar el mes de enero de 2006 en la ciudad de La Paz, epicentro político del país. En esta oportunidad el presidente boliviano se dirige a un colectivo numeroso y heterogéneo al cual interpela mediante las representaciones presentes en la alocución presidencial.

Como parte de los elementos genéricos de un discurso oficial, el recién posesionado presidente hace una referencia inicial y amplia del auditorio presente (representantes de otros Estados y representantes del congreso boliviano recientemente elegido y representantes de otras instituciones), pero de forma muy particular se hace un énfasis en el “movimiento indígena de Bolivia y de América” como se observa los fragmentos siguientes⁷:

(1) “Los pueblos indígenas, son la mayoría de la población boliviana. Para la prensa internacional, para que los invitados sepan, de acuerdo al último censo del 2001, el 62.2% son aymaras, quechuas, mojeños, chipayas, muratos, guaraníes. Estos pueblos históricamente hemos sido marginados, humillados, odiados, despreciados, condenados a la extinción. Esa es nuestra historia; a estos pueblos jamás reconocieron como seres humanos, siendo que estos pueblos son dueños absolutos de esta noble tierra, de sus recursos naturales.”

(2) “... les invito a ustedes que se sientan orgullosos de los pueblos indígenas que es la reserva moral de la humanidad.”

⁷ Transcripción de la Agencia Boliviana de Información - Dirección Nacional de Comunicación Social <http://www.comunica.gov.bo/index.php?i=enlace&j=documentos/discursos/200601/22.01.06Transmision.html>.

(3) “...no somos vengativos, no somos rencorosos, no vamos a someter a nadie. Solo deben mandar razones, razones por el pueblo, razones por los pobres, razones por los pueblos indígenas que son la mayoría nacional de nuestro país.”

(4) “Estamos acá para decir: basta a la resistencia, de la resistencia de 500 años a la toma del poder para 500 años...”

(5) “Si algún parlamentario de UN, de Podemos, del MNR traen una ley para su sector o para su región, bienvenido, hay que apoyarla, hay que enseñar como se aprueba esas leyes sin bloquearlas.”

Se evidencia en el texto (1), la división que realiza el mandatario boliviano entre un sector del auditorio que él considera mayoritario y que incluye en la categoría denominada ‘pueblos indígenas’ (con los cuales se identifica mediante el empleo de la declinación verbal de la primera persona plural) y otros sectores⁸.

En esta representación, reflejada en los fragmentos (1) (2) y (3), se advierten los rastros del proceso de esquematización donde progresivamente se atribuyen ciertas características presupuestas a la categoría de “los pueblos indígenas de Bolivia”; se vislumbra, entonces, una descripción parcial y selectiva (estereotípica) de aquellos percibidos como ‘excluidos’ ‘sometidos’ y ‘bondadosos’.

La marca discursiva del segmento (4) que refiere a los ‘quinientos años’ remite a un conjunto de eventos históricos que configuran las violentas relaciones entre el imperio español y las entidades sociopolíticas de América. Las relaciones de dominación durante el periodo colonial, hacen parte de los conocimientos previos del auditorio representado por el orador político, en este caso el presidente de República de Bolivia.

⁸ El primer mandatario retoma en determinados momentos del discurso los apelativos de “clase media, intelectual, profesional, hasta empresarial” (sic) para designar otros sectores que conforman la sociedad boliviana.

El segmento (5) ilustra el empleo de términos que puede comprender una gran parte del auditorio colectivo construido por el presidente Morales (la excepción puede darse en los casos de individuos alejados del acontecer político boliviano): los ciudadanos bolivianos, vale decir, el modelo mental de auditorio que concibe el jefe de estado, acababan de salir de una intensa campaña de propaganda electoral, donde ha circulado una gran cantidad de información sobre los partidos políticos nuevos y tradicionales, de esa forma, conocen bien y están al tanto de la referencia política que hacen las siglas UN (Unidad Nacional) y MNR (Movimiento Nacionalista Revolucionario).

CONSIDERACIONES FINALES

Las apreciaciones precedentes permiten reconstruir parcialmente la imagen del auditorio esbozada por el Jefe de Estado Boliviano en su discurso inaugural. Estas aproximaciones se realizan a partir de la materialidad discursiva traducida en la transcripción oficial de la alocución del presidente.

La descripción de ‘los pueblos indígenas de Bolivia’ permite observar que este sector del auditorio, es construido y legitimado en el discurso a partir un proceso de esquematización que moviliza características estereotípicas como ‘excluidos’ y ‘sometidos’ que los van auto-definiendo a lo largo de la alocución presidencial⁹. Las valoraciones movilizadas en relación a los conocimientos previos (el periodo del coloniaje español) y la terminología utilizada (siglas de partidos políticos), constituyen la base de contenidos del discurso político y, en la medida en que pertenecen a un conjunto de creencias compartidas, también constituyen la base del acuerdo que fundamenta el discurso argumentativo.

Así, la representación estereotípica de los pueblos indígenas, a parte de constituir una base de contenidos, es una condición de consenso indispensable para la comunicación; sería difícil imaginar una forma argumentativa –un discurso político, en el caso estudiado–

⁹ En el discurso, un estereotipo puede aparecer de forma esparcida (Amossy 2000: 111).

donde se hable de algo que desconocen los interlocutores y que se fundamente en desacuerdos; la representación discursiva estereotípica (resultado del proceso de esquematización) permite apreciar la movilización de características constitutivas de estereotipos que, de esta manera, activan esquemas o modelos colectivos de pensamiento a partir del discurso político.

La construcción de un auditorio heterogéneo, como es el caso de una alocución presidencial, comprende la movilización de valores ampliamente difundidos y compartidos; valores íntimamente relacionados a los esquemas colectivos con el fin último de obtener un acuerdo sobre las ideas expresadas por el orador político en el discurso, orador que juega un rol de portavoz ideológico del poder que busca legitimar la postura institucional del gobierno a través de las herramientas verbales o escritas que tiene a su disposición. De igual forma, no se debe soslayar el hecho de que la creación verbal que ejecutan las formas del discurso, a diferencia de la literatura, no pretenden representar la ficción sino fabricar un consenso sobre aquello que se considera ‘verdadero’ y ‘real’; en tanto que formas del lenguaje, estas creaciones verbales también son materia discursiva actualizada en situación.

La profundización de un tema como el referido en el presente escrito, puede orientarse en función al cuestionamiento sobre la construcción discursiva de los diferentes segmentos que conforman un auditorio diversificado como al que se dirige el Primer Mandatario en un mensaje dirigido a toda una Nación.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- ADAM, Jean-Michel. Images de soi et schématisation de l'orateur : Pétain et de Gaulle en juin 1940. En *Images de soi dans le discours : la construction de l'ethos* (sous la direction de Amossy, Ruth). Paris : Delachaux et Niestlé S.A., 1999.
- AGENCIA BOLIVIANA DE INFORMACION-Dirección Nacional de Comunicación Social de la Republica de Bolivia. *Palabras del presidente de la republica, Evo Morales Ayma, en la transmisión de mando presidencial*.23.01.07.
<<http://www.comunica.gov.bo/index.php?i=enlace&j=documentos/discursos/200601/22.01.06Transmision.html>.>
- AMOSSY, Ruth. *L'argumentation dans le discours: discours politique, littérature d'idées, fiction*. Paris : Nathan, 2000.
- AMOSSY, Ruth. *Les idées reçues : sémiologie du stéréotype*. Paris : Nathan, 1991.
- CHARAUDEAU, Patrick et MAINGUENEAU, Dominique. *Dictionnaire d'analyse du discours*. Paris : Editions du Seuil, 2002.
- COLUMBA, Marcelo. El auditorio en la comunicación discursiva: consideraciones comunicacionales sobre el fenómeno. En *Encuentro: Revista de estudiantes investigadores del Instituto de Estudios Bolivianos*, 1. La Paz: IEB, 2005.
- GRIZE, Jean-Blaise. Logique naturelle et représentations sociales. En *Papiers on social representations*. Ravello: 1992. 09.04.07.
<http://www.psr.jku.at/PSR1993/2_1993Grize.pdf.>
- MAINGUENEAU, Dominique. *Les termes clés de l'analyse du discours*. Paris : Editions du Seuil, 1996.