MIRA QUIEN HABLA. EL INFORMATIVO ECONÓMICO EN EL AULA ELE

Maria Cecilia Ainciburu
Universidad de Siena, Italia

1. Perspectivas analíticas sobre el discurso televisivo.

Frente a los formatos televisivos no corresponde usar los mismos cánones que usaríamos para analizar textos escritos, aunque en algún momento de la explotación didáctica de este tipo de material podamos utilizar las transcripciones textuales. El medio televisivo supone el uso de elementos de comunicación verbal y no verbal (como los fondos de sonido, las cortinas musicales, etc), como también de otros materiales gráficos, e incluso textuales, que constituyen en su conjunto el acto comunicativo. Con esto queremos decir que un análisis centrado en los aspectos lingüísticos es una parte esencial del estudio, pero que un análisis integral supone también la consideración de aspectos que constituyen la contextualización inmediata del texto y que no pasan desapercibidos para los espectadores habituales del género.

Analizar los aspectos contextuales es parte de lo que habitualmente se conoce con el nombre de sociolingüística o de análisis etnometodológico[1] y permite descubrir no sólo el proceso significativo inmanente al texto, sino también cómo el público procesa el texto y de qué modo la audiencia - como entramado complejo de individuos – reacciona a la interpretación de estos textos[2]. Creemos que este tipo de análisis puede ser extremadamente interesante, sobre todo en lo que se refiere a aspectos como la textualización de la ideología o la formación del consenso, pero es obvio que en el aula ELE el espacio para este tipo de análisis es absolutamente marginal.

Revisando la bibliografía existente sobre el tema podemos señalar tres tipos de **marcos analíticos** con los cuales podemos aproximarnos al discurso propio del formato del informativo económico televisivo: el análisis conversacional, el semiótico y el que

[1] Ver D. Schiffrin (1994) y N. Fairclough (1995).
[2] No nos preocuparemos aquí de los interesantísimos aspectos de constitución de una "opinión pública" dado que los alumnos de español ELE acceden a las proyecciones en un marco diferente y habitualmente no contemporáneo a la emisión de los informativos; de todos modos el análisis de los factores de formación del consenso son fundamentales si se desea hacer del análisis del texto un disparador para una actividad de debate. ver K. Tracy (1995:195-215).

ASELE. Actas XIV (2003). MARÍA CECILIA AINCIBURU. Mira quién habla. El informativo económico en el aula ELE
Centro Virtual Cervantes

llamaremos "cultural". Antes de señalarlos someramente digamos que los tres forman parte de las técnicas de análisis del discurso entendido como acto comunicativo o sea como un proceso dialógico entre escritor y lector, o en este caso entre locutor y espectador. En todos los casos se intenta seguir una metodología sistemática que permita identificar elementos de cohesión y de coherencia, internos al texto, que faciliten la identificación de los distintos géneros textuales.

El **análisis conversacional** se basa normalmente en una trascripción de un acto de conversación donde se incluyen pausas, entonación, volumen, interrupciones, ruido, etc y en la cual el investigador identifica una unidad de los diversos aspectos que se traduce en modelos formales o formas específicas de organización de la actividad social. Dada esta metodología se puede fácilmente intuir cuanto sea importante una trascripción precisa, dado que si faltan elementos y la clasificación es incompleta, las hipótesis de modelización no emergen claramente de los datos[3].

Este enfoque analítico surgió como estudio de formas de diálogo "naturales" pero se ha aplicado con fortuna en contextos institucionalizados donde existe una forma de interacción basada en actividades de rol y en informaciones supuestas que los interlocutores comparten. Dada esta premisa es obvio que la forma televisiva preferida para este tipo de análisis sea la de la entrevista, donde existe un contexto institucional y roles bien delineados. El profesor en aula ELE podría hacer uso de algunos elementos de esta metodología cuando los informativos incluyan las subestructuras de la entrevista y el sondeo.

El **análisis semiótico**, como todos saben, se ocupa del texto como un sistema de signos que produce significado. Cuando se aplica al discurso de los medios de comunicación masiva algunos aspectos de base del análisis se dejan de lado, como el caso de la arbitrariedad del signo, su relación con el referente y los aspectos de contraste entre los mismos signos. Lo que se explota mayormente es la relación que dichos signos tienen con el contexto social y el acuerdo tácito que existe entre los agentes de la comunicación para denotar o connotar dichos signos. Cuando en un informativo económico se habla del Ferrari, por ejemplo, esto podrá querer denotar al automóvil en

[3] Para un estudio de las formas conversacionales típicas (diálogo espontáneo, debate, juego, conversación telefónica, etc) ver H.Sacks et al. (1978: 7-55).

ASELE. Actas XIV (2003). MARÍA CECILIA AINCIBURU. Mira quién habla. El informativo económico en el aula ELE
Centro Virtual Cervantes

sí o la fábrica que lo produce pero, según el contexto, también podría asociarse a la idea del lujo que connota la marca.

El sistema de signos que producen significado a través de una red de relaciones se conoce normalmente con el nombre de *código* y se pueden considerar como tales los lenguajes individuales, de grupo o institucionales. Cuando se estudian los productos televisivos existen algunos elementos como el uso de las cámaras, de los subgéneros (por ejemplo la introducción del filmado, la entrevista, etc.) que forman parte de los códigos, esto es que determinan una red de decodificación. En este sentido, la metodología intenta decodificar los diferentes aspectos semánticos, no sólo en el texto verbal sino también en el visual.

Bajo el nombre de **análisis cultural** pueden asociarse una serie de perspectivas multidisciplinarias y eclécticas, que asocian metodologías propias de la perspectiva funcional del lenguaje[4]. Una atención particular se presta a la evolución de los géneros como reflejo de los cambios del consenso social y al proceso por el cual dichos géneros se van haciendo más sofisticados a medida que los espectadores van adquiriendo una familiaridad superior con los diferentes formatos. Los aspectos que conciernen a la intertextualidad y a la hibridación de los géneros nos serán de mucha utilidad para definir el formato del informativo económico[5].

Terminamos esta breve reseña señalando que lo que comparten estas tres perspectivas es el convencimiento de que el significado no es algo intrínseco a las palabras, sino un producto de la interacción lingüística dentro del contexto social. La complejidad del discurso televisivo invita a adoptar una perspectiva multidisciplinaria que permita captar la mayor cantidad posible de elementos de análisis del evento comunicativo.

[4] La mayor parte de los autores adscriptos a esta perspectiva parten de la visión funcional del lenguaje propuesta por Halliday. Una discusión sobre el movimiento y la relativa bibliografía pueden encontrarse en L. Lombardo (1999).

[5] El estudio de la evolución del formato periodístico económico excede el límite de estas páginas. Me gustaría observar, sin embargo, que a través de los años no sólo los aspectos cotextuales han cambiado, sino que la existencia de un público diferente ha permitido la inclusión de un lenguaje que admite una mayor cantidad de formas irónicas, de juego de roles, etc. Dichas formas no se relevan en los informativos de los años ochenta y su identificación permite un control de la decodificación del mensaje por parte del alumno en el aula ELE.

ASELE. Actas XIV (2003). MARÍA CECILIA AINCIBURU. Mira quién habla. El informativo económico en el aula ELE
Centro Virtual Cervantes

2. Características de un género televisivo: el informativo

En la amplia variedad de formatos que ofrece la programación televisiva el género informativo es uno de los más fácilmente identificables, en parte porque constituye uno de los géneros pioneros en el medio. Dejaremos de lado la descripción histórica de su nacimiento y su evolución, recordando únicamente que su formato ha sido transferido directamente desde el cine, que a su vez lo había conmutado a través de la forma radiofónica[6].

Partimos de la convicción de que los formatos televisivos se han homologado bastante en la última década, a principio de los ochenta resultaba ya posible ver en forma satelital un informativo del mundo árabe, europeo o sudamericano y se podía observar que los formatos diferían bastante entre sí, empezando por el tiempo que cada canal reservaba a sus noticieros, a la repartición del tiempo entre noticias locales e internacionales, a la presentación de sus locutores, etc. Todo esto ha variado bastante en los últimos años: existe un esfuerzo por imponer la figura del periodista a la figura del locutor, por incluir formas dialógicas con el segundo periodista en la presentación, etc. Algo que parece acercar la forma televisiva, con más probabilidad, a una producción oral que a una "lectura de las noticias".

El hecho que los formatos se hagan homogéneos aproxima, en el reconocimiento, a los alumnos provenientes de culturas diferentes y hace que resulte más fácil usarlos como recurso didáctico en clases multilingües, porque superamos el contexto socio-cultural[7]. Un efecto positivo de la globalización.

Señalemos, antes de precisar la estructura interna del informativo, que en casi todos los países existe un contexto en el cual se introduce el informativo: la presencia del reloj o la indicación de la hora exacta antes de la transmisión de la cortina de identificación del informativo que connota, preliminarmente, la idea de precisión y realismo; el tema musical usado como cortina, que se caracteriza en términos musicales como una suerte de énfasis de la percusión; el pantallazo inicial, que en muchos casos

[6] Es evidente que existe una progresión formal que acarrea modificaciones muy importantes en la historia que partiendo del periódico escrito llega al cotidiano, luego a la radio y al cine y por último a la televisión y a Internet. No queriendo reproducir una historia perfectamente estudiada como historia de los fenómenos de comunicación masiva, remitimos a A.. Hetherington (1985)

[7] Existe un proceso de globalización de los formatos que ha sido estudiado con referencia a varios países; aconsejamos en este sentido la lectura de: F. Heinderyckx (1993: 425-450).

ASELE. Actas XIV (2003). MARÍA CECILIA AINCIBURU. Mira quién habla. El informativo económico en el aula ELE
Centro Virtual Cervantes

contiene la figura del mapamundo o del globo terráqueo como modo de connotar la cobertura global del fenómeno informativo, etc. Señalamos estos elementos y, más adelante, evidenciaremos cómo dichos elementos sufren pequeñas transformaciones cuando el noticiero es económico.

La escenografía que se introduce no ha cambiado desde el inicio del formato, con pequeñas variaciones de tecnología se trata de un escritorio formal donde se halla el o los periodistas que tendrán a su cargo la conducción del programa. El estudio en sí mismo debe connotar significados de seriedad, eficiencia, profesionalidad y posiblemente de confiabilidad. Muchos informativos incluyen además un panel de control posterior donde es posible ver escenas de filmaciones, la cabina de dirección, los cortes de cámara propuestos, etc. en una variedad que debe sugerir al espectador la idea del trabajo y de la actualización continua, como si el informativo asegurase una vez más la cobertura en tiempo real de los eventos.

Cuando se identifican estos elementos a todos nos es fácil intuir que el objetivo final de la connotación sea reforzar el valor de objetividad, imparcialidad o *par condicio* del trabajo periodístico; un tema de por sí muy complejo y que ha generado siempre graves problemas en el consenso y en el impacto político de la noticia. Estamos seguros que se trata de un valor relativo, al cual se tiende o no, pero al que se quiere hacer creer que se tiende. Un mundo en el cual aún quien miente sabiendo que miente quiere hacer pasar la noticia como depurada de elementos ideológicos. Un valor social que, por cuanto frágil, confiere a la noticia su poder sobre la audiencia[8].

Los elementos que podemos individualizar como típicos en el informativo televisivo son:

- Presentación de los **títulos** (con o sin soporte video, anticipado a la sigla o inmediatamente posterior a ella).

[8] Una prueba marginal del fenómeno, si fuese necesaria, la da dentro de la estructura misma del formato el modo en el cual se introducen los llamados "opinionistas": con un subformato diferente, a veces incluso en el modo gráfico o como entrevista en la cual el periodista conductor se pone en el lugar "objetivo" del público. Esta formula visual se refuerza muchas veces con el discurso lingüístico porque el conductor deja claro que las manifestaciones son "responsabilidad" del opinionista que interviene. El mismo efecto se logra mediante la acumulación de información proveniente de fuentes diferentes, y muchas veces con la lectura evidente de un texto porque asociamos en modo inmediato la oralidad a la opinión y la lectura a formas de mayor asepticidad del discurso.

ASELE. Actas XIV (2003). MARÍA CECILIA AINCIBURU. Mira quién habla. El informativo económico en el aula ELE
Centro Virtual Cervantes

- **Cortina** que incluye la presentación gráfica y el tema musical que caracteriza el programa.
- **Saludo** de parte del o delos periodistas conductores.
- Introducción en la **sucesión de las noticias** que supone un orden de importancia de los eventos (reiteración de los formatos escritos de primera página, internacionales, realidad nacional, etc)[9]. Cada noticia la introduce el conductor generalmente en formato de medio cuerpo y puede ir acompañada o no del "servicio", cuya dimensión temporal va siempre medida en orden de importancia asignada al evento. El *servicio* consiste en material video grabado, no necesariamente contemporáneo al evento sobre el cual se superpone una voz narrativa. El acuerdo o desacuerdo de sentido entre el discurso visivo y el narrativo constituyen significado. Es evidente que un texto sobre el problema de la concesión de patentes farmacéuticas a países del tercer mundo tiene un impacto distinto si van acompañadas por la visión de imágenes de la fabricación de remedios que si el video muestra los estragos físicos de los enfermos de SIDA.
- El cierre de cada una de las noticias se produce generalmente dentro de la filmación o, en el caso que exista un reportero en exteriores, con el nombre y la situación del reportero y el periodista en estudio pasa directamente a la noticia sucesiva. En contados casos, cuando el reportero trabaja en la cobertura contemporánea de los eventos, se introduce una forma de diálogo con el conductor que se pone en una condición extrañante como "público" objetivante del relato.
- **Cierre** de la edición que se produce normalmente a través de una formula formalizada.

Estos elementos pueden encontrar un orden de tipo discursivo, como ha notado John Hartley[10], a través de cuatro pasos narrativos: el encuadramiento (framing), el centramiento (focusing), la elaboración (realizing) y el cierre (closing). Pasos a los que estamos acostumbrados en una visión greimasiana de la estructura narrativa, sólo que en vez de proponer un elemento medio de una estructura triádica desdobla el "nudo" en dos momentos: la formulación del periodista conductor (focusing) y la propia del *servicio*

[9] Existe un proceso de categorización de los eventos que ayuda el proceso de decodificación de las noticias. Fiske lo ha analizado como una forma de sofocar la polisemia potencialmente anárquica de la realidad y de desmotivar la interpretación individual de los eventos; como si un orden temático asegurara con mayor probabilidad los efectos denotativos y ayudase a ingerir una "solución burguesa" de los problemas dentro de una forma de control del consenso social. Al respecto, ver J. Fiske (1987).
[10] En J. Hartley (1982).

ASELE. Actas XIV (2003). MARÍA CECILIA AINCIBURU. Mira quién habla. El informativo económico en el aula ELE
Centro Virtual Cervantes

grabado (realizing). Una atención especial viene dada al cierre que se transforma, no en el final de la historia sino en el elemento que asegura el cierre del significado atribuido a la historia.

> Of course alternative readings are rarely closed explicitly; usually stories are closed by presenting only one (common sense) interpretation. Thus closure begins right at the start of a story and gathers momentum as it develops [...][11]

3. Comparación de dos estilos en el informativo económico

A continuación analizaremos comparativamente el informativo económico que transmite el canal **TVE 24horas** llamado *Mercados y Negocios* y su correspondiente en la **CNNenespañol** llamado *Economía y Finanzas*[12]. Se trata, en ambos casos, de informativos que se insertan en la programación de canales pensados para su difusión por cable; en este caso canales que tienen como objetivo exclusivo la información. Sin embargo el carácter de ambos es diferente: el canal español privilegia exclusivamente la información bursátil, mientras que el americano prevé también esta información, pero dentro de un marco más general de información dirigida al ahorrista[13].

Estos objetivos se encuentran claramente definidos en la información que cada uno de estos noticieros incluyen en sus páginas web[14]:

[11] En J. Hartley (1982: 118)

[12] Se ha elegido realizar un análisis del formato sin recurrir a ejemplos específicos para limitar la extensión de este artículo. Algunos aspectos del análisis textual serían muy interesantes pero no es posible realizar este tipo de estudio prescindiendo de la visión de los informativos.

[13] Llama mucho la atención la caracterización del espectador que realiza la CNN: "líderes empresariales y analistas quienes necesitan saber la información financiera y las tendencias económicas más actualizadas para mantener su ventaja competitiva". Es obvio que se trata de una forma publicitaria, dado que cuando las informaciones llegan a las fuentes televisivas ya no son capaces, al menos en modo decisivo, de inducir ventajas competitivas. En las transmisiones queda claro, sobre todo en el segmento "En efectivo" donde un especialista contesta a la pregunta de un espectador, que el espectador medio es el ahorrista y no "líderes empresariales y analistas".

[14] No podemos en el límite de este trabajo analizar las formas extra-televisivas de estos productos, pero se puede observar que el hecho que ambas programaciones posean una página web ayuda a determinar la idea de velocidad, inmersión en el mundo y "minuto por minuto" que habíamos observado en la descripción de las características de los informativos. Las respectivas direcciones informáticas son www.rtve.es y www.cnnenespañol.com .

ASELE. Actas XIV (2003). MARÍA CECILIA AINCIBURU. Mira quién habla. El informativo económico en el aula ELE
Centro Virtual Cervantes



Le mantiene a la vanguardia del cambiante mundo de los negocios
Economía y Finanzas capitaliza los recursos internacionales de CNN, los reportes financieros especializados de CNNfn y los propios periodistas de CNN en Español alrededor del mundo para producir un noticiero de negocios con un alcance y profundidad incomparables en América Latina.
Economía y Finanzas, bajo la conducción de Alberto Padilla, atrae a quienes toman las decisiones, a los líderes empresariales y analistas quienes necesitan saber la información financiera y las tendencias económicas más actualizadas para mantener su ventaja competitiva. También le brinda a la audiencia información vital para administrar sus portafolios y chequeras, especialmente en el naciente mundo del comercio electrónico.
Entre los segmentos regulares del programa están Monedas, que presenta la información cambiaria más actualizada, Resumen del Mercado, con una exclusiva cobertura de los mercados bursátiles, el comentario diario de reconocidos analistas y un segmento semanal con Fortune Américas sobre las últimas tendencias en administración de empresas.



La información bursátil[15] en tiempo real de los mercados europeos, Japón, Estados Unidos y Latinoamérica. El espacio incluye conexiones con la Bolsa de Madrid, desde donde se analiza tanto la marcha de los valores que cotizan en el parqué madrileño, como las noticias que afectan a las empresas que integran los indices de la bolsa española.
También se hace eco de las grandes operaciones financieras, así como las cotizaciones de las principales divisas, con un seguimiento especial del Euro y el dólar.
El precio del petróleo en el mercado de materias primas y los movimientos de renta fija completan la oferta en forma de rótulos y bandas que se muestra en pantalla.

La *audience* de ambos programas tendría que ser básicamente la misma pero, a despecho de lo que manifiestamente se dice, el informativo español requiere un público más especializado, en parte porque no incluye casi informaciones económicas que no sean las bursátiles o cambiarias y, en los casos en que habla de empresas, es porque estas se fusionarán, entrarán en la bolsa o realizarán algún tipo de operación que las liga a la cotización de parqué. Esta divergencia de los contenidos ofrecidos determina también, o es determinada, por su colocación dentro de la programación del canal. El

[15] En la versión original faltan los acentos de las palabras *bursátil* e *índices*. El texto no ha sido modificado para indicar otra de las dificultades objetivas que se presentan trabajando con realia. No hay duda que el profesor puede sacar partido del error, pero el material también podría transformarse en una fuente de dudas. Todo está en la explotación que el docente realice de su material. Esto sirva sólo para advertir que enviar a los estudiantes a trabajar con páginas web sin que el profesor haya visto el material previamente, puede convertirse en un arma de doble filo.

ASELE. Actas XIV (2003). MARÍA CECILIA AINCIBURU. Mira quién habla. El informativo económico en el aula ELE
Centro Virtual Cervantes

programa español va al aire cada hora durante un virtual horario de trabajo y cada flash dura unos 9 minutos. El informativo norteamericano se emite una vez al día, en horario de cierre de mercados, dura unos 20 minutos y presenta varias secciones permanentes de información con análisis de los argumentos. La versión española parece basarse en la idea fuerza "trabajamos con usted", en cambio su par norteamericana sugiere "ahora que ha terminado de trabajar, analice su situación en base a estas informaciones".

La gráfica y la música de las **cortinas** que preceden a la presentación se asemejan y responden plenamente a las ideas ya planteadas en el parágrafo anterior. Se reconocen como elementos simbólicos en *Mercados y negocios* algunas formas circulares sobre fondo amarillo, pero se trata de una cortina muy estilizada. En cambio, en *Economía y Finanzas* existe una mayor cantidad de elementos simbólicos: el signo del dólar, el color verde, el trazo circular que es a la vez subrayado e idea afín a la del globo terrestre, el cronógrafo y la sombra de una parrilla que recuerdan exactitud y análisis. En ambos casos las cortinas son "en movimiento", se acompañan con una música de ritmo acelerado y se cortan con una forma de "stacco" o resalte.

Cuando comparamos la **presentación** o encuadramiento de los dos informativos económicos notamos que ambos prefieren la imagen de medio cuerpo; el enfoque del cuerpo detrás de un escritorio tiene la reminiscencia clara del asesor. La escenografía de ambos programas difiere sustancialmente la de *Economía y Finanzas* es más tradicional, el escritorio con el fondo de redacción, según las implicaciones simbólicas ya comentadas, mientras que en *Mercados y negocios* la periodista se presenta frontalmente sobre un fondo de una clásica pizarra con la respectiva línea de representación de los movimientos de mercado; se trata de un elemento estilizado, estático y por lo tanto únicamente denotativo. La pantalla de *Mercados y negocios* es más compleja aún porque la escenografía está incluida en una imagen que se divide gráficamente como un conjunto de frames de página web[16]. En el campo de la derecha se ordenan el logo del programa y lo que parece una botonera (en realidad transmite índices bursátiles y datos de cambio) y por debajo corren dos bandas con el precio de cada una de las acciones cotizadas en el parqué español y londinense.

[16] Se puede notar el contraste entre la complejidad del mensaje de *Mercados y negocios* en televisión y la no coincidente simplicidad de su página web.

ASELE. Actas XIV (2003). MARÍA CECILIA AINCIBURU. Mira quién habla. El informativo económico en el aula ELE
Centro Virtual Cervantes

Existe también una gran diferencia en ocasión de la **apertura** textual de los programas. Alberto Padilla, periodista imagen de *Economía y Finanzas* se presenta y saluda, mientras que ninguna de las dos periodistas de *Mercados y negocios*, ni Begoña Alegría ni Patricia Sola, lo hacen. Esto también apoya el carácter de ambos programas y lo ya comentado como programación horaria: es obvio que quien trabaja con nosotros y nos "ve" a cada hora no necesita presentarse siempre y que a quien vemos una vez al día sí saluda.

Ninguno de los dos programas introduce las noticias por medio de **titulares** y, en cambio, se coloca inmediatamente la secuencia de las noticias y bloques. Según las características de programación *Mercados y negocios* consta, en su **realización**, de un sólo bloque con un esquema bastante fijo ya sea temático como de construcción textual. Los temas desarrollados son: bolsas europeas y, en particular, española con la posterior conexión directa con el enviado en la Bolsa de Madrid. En los horarios de cierre de la bolsa se suprime este espacio y se da lugar a las informaciones de la Bolsa de Nueva York. Luego se pasa a los cambios y se concluye el bloque con alguna noticia de Bolsa

La realización de *Economía y Finanzas* es mucho más compleja, no sólo porque se presenta como una secuencia de cinco bloques, en los cuales se incluye el que da la información de Bolsa y cambio, sino porque la inserción de enviados, imágenes de archivo, imágenes de servicio con comentarios superpuestos (en off) , entrevistas directas, etc. es infinitamente más variada.

En cuanto a la forma de **conclusión** que los informativos proponen, diremos que siguiendo las razones ya indicadas *Mercados y negocios* no programa un saludo final, mientras que *Economía y Finanzas* sí lo hace. Se puede en cambio observar que muchas veces *Mercados y negocios* aprovecha el espacio para realizar un adelanto de noticias o contenido de la próxima emisión[17], con este fin *Economía y Finanzas* tiende a utilizar más la propaganda, emitida a lo largo de toda la programación.

La **cortina final** del programa se mantiene idéntica a la inicial en *Mercados y negocios* y, en cambio, es diferente en *Economía y Finanzas* en donde se mantiene sí el

[17] En términos televisivos resulta más correcto hablar de emisión que de edición, sin embargo muchos productos televisivos prefieren este término de clásica asociación con la prensa escrita.

ASELE. Actas XIV (2003). MARÍA CECILIA AINCIBURU. Mira quién habla. El informativo económico en el aula ELE
Centro Virtual Cervantes

fondo verde y una coherencia gráfica, pero se incluye la dirección electrónica[18], siempre claro está dentro de la necesidad de fomentar la imagen de "ida y vuelta" en la comunicación (imagen que resulta obviamente contraria a la índole propia del informativo).

4. El informativo económico en el aula ELE

Hemos trazado una perspectiva analítica posible de los informativos televisivos, hemos comparado dos tipos de informativo económico y ahora es hora de preguntarnos que ventajas o inconvenientes puede presentar el uso de este tipo de discursos en el aula ELE.

La primera conclusión obvia es que el uso de este tipo de materiales permite acercar al aula discursos que son parte de la vida real, no sólo en el sentido en el cual se consideran *realia*, sino también en cuanto son una forma preferentemente descriptiva de cosas y de fenómenos económicos que existen en la realidad, que el alumno normalmente conoce en su propia lengua; esto hace generalmente de un informativo un elemento muy motivador. El hecho de que existan fenómenos con los cuales el alumno puede identificarse o que conoce por motivos de estudio puede provocar más fácilmente la comunicación en clase.

Como todo trabajo con material en video permite que nos detengamos sobre un aspecto particular de la comunicación, es posible adelantar y volver atrás la cinta cuantas veces se desee. Es obviamente un material de elección para las actividades de comprensión oral, pero puede deslindarse el audio y constituirse en una forma de estimulación de la producción oral.

El hecho de que exista la imagen, mas allá del discurso, implica una forma de comunicación más cercana a la realidad; donde el elemento visual-gestual constituye en sí mismo una forma de significado; permite enseñar y trabajar una serie de formas de apoyo comunicativo que son evidentes para el hablante nativo pero que pueden resultar

[18] La cortina final de los informativos incluye la dirección de correo electrónico con el objeto de reforzar la ya analizada idea del programa y su periodista-imagen como asesores del espectador-cliente. Fundamentalmente se trata de una idea-símbolo dado que es difícil, al menos según nuestra experiencia, recibir respuestas por este medio.

ASELE. Actas XIV (2003). MARÍA CECILIA AINCIBURU. Mira quién habla. El informativo económico en el aula ELE
Centro Virtual Cervantes

extrañas para el alumno extranjero. Del mismo modo permite modificar imágenes mentales que hemos elaborado como prejuicio acerca de una cultura.

El hecho de trabajar con secuencias breves (cada bloque no ocupa más de cuatro minutos) excluye la mayor parte de los problemas que se presentan cuando se quiere utilizar en clase el video y sobre todo cuando queremos trabajar con cine. La brevedad del texto facilita la obra de transcripción del texto que el alumno debiera hacer (aunque después la hagan o no sus alumnos) y el hecho de que muchas de las noticias aparezcan en formato de prensa escrita en las páginas web respectivas, aumenta las posibilidades de explotación didáctica de actividades como el cambio de estilo.

Cuando se habla de explotación didáctica del video se resalta siempre el hecho de deber realizar una introducción léxica, usando el informativo económico en clase de español con fines específicos aunque, generalmente, esto no es necesario. Por la índole ya diferenciada de los dos informativos *Mercados y negocios* maneja una variedad más acotada de léxico. En este sentido las posibilidades de explotación léxica y de variedad dialectal en el informativo norteamericano son mayores; permite trabajar pronunciaciones y cadencias lingüísticas diferentes porque el conductor, los enviados y los expertos pertenecen a diferentes países de hispanoamérica[19]. Este elemento que, en principio, podría complicar la comprensión, se encuentra enormemente orientado por la contextualización de cada discurso y por el apoyo visual y gestual.

5. Actividades para la explotación didáctica del informativo económico

Antes de formular una lista de las actividades que podemos realizar a partir de la proyección de un informativo económico, el profesor debe fijar el objetivo de trabajo, sin él se escoge entre el catalogo de actividades pero se renuncia al acto de coherencia didáctica. Los objetivos posibles serían:

[19] Es evidente que existe un esfuerzo de "normalización" de las formas dialectales de los textos de *Economía y Finanzas*; en modo que, aunque predominan formas centroamericanas, el discurso se formula en una lengua lo suficientemente neutra como para ser comprendida en la mayor cantidad de países posible. En este sentido, los lingüistas debaten hasta que punto se puede hablar de un lenguaje neutro y generalmente concluyen que no es una operación posible; la industria del doblaje y la televisión dedicada a un creciente mercado hispanoamericano han elaborado ya una respuesta práctica.

ASELE. Actas XIV (2003). MARÍA CECILIA AINCIBURU. Mira quién habla. El informativo económico en el aula ELE
Centro Virtual Cervantes

- Lingüísticos y discursivos (reconocimiento, repetición, imitación o predicción de estructuras gramaticales, sintácticas, estilísticas, de formas léxicas, de entonación o gestuales).
- Funcionales (reconocer y practicar funciones en contexto).
- Relacionales (analizar, comentar, discutir y debatir sobre problemas).
- Culturales (comparar, comentar y reconocer diferencias entre visiones de mundo propuestas).

Las actividades señaladas podrían agruparse según su momento de ejecución:

- **previas** a la proyección (para favorecer las capacidades de anticipación, la activación de los conocimientos previos, aumentar la motivación y estimular la participación emotiva).

Intentar predecir el contenido a partir de elementos externos (cotexto) como artículos de actualidad económica, conocimientos previos del alumno, imágenes de los informes que constituyen el informativo, etc. análisis de la estructura de los textos informativos en diferentes medios (prensa, radio, tv, internet) y especificación de los elementos peculiares del género económico. Contextualizar el discurso desde perspectivas históricas, culturales, sociales, etc.

- **durante** la proyección (con el objeto de centrar la atención del alumno sobre determinados aspectos, para estimular las estrategias de comprensión-interpretación de texto y contexto, aumentar sus capacidades de adquisición de léxico).

Reconocer elementos estructurales (entrevista, comentario, reportaje, bloque, etc). reordenar la secuencia de presentación de las noticias. responder a preguntas que verifiquen el grado de comprensión del discurso por parte del alumno. proponer ejercicios de predicción de discursos ya iniciados (actividad que resulta bastante simple cuando se proponen noticias que se ilustran en formas variadas a partir

ASELE. Actas XIV (2003). MARÍA CECILIA AINCIBURU. Mira quién habla. El informativo económico en el aula ELE
Centro Virtual Cervantes

de la presentación del periodista conductor).
explicar los significados simbólicos o metafóricos de los elementos contextuales.
buscar palabras claves para individualizar cada una de las estructuras constituyentes, marcar un orden de importancia, etc (para hacer evidente un orden de ideas primarias y secundarias en el discurso).
realizar trabajos a partir de cuestionarios u hojas de trabajo preconfeccionadas por el profesor (cuestionarios, ejercicios de laguna, verdadero/falso, respuestas múltiples, campos semánticos, asociación de palabras, etc.)

- de **post-proyección** (para estimular la integración de las diversas destrezas, iniciar el proceso creativo, fomentar la interacción).

formular un punto de vista sobre un hecho (que puede ser ficticio) y defenderlo.
realizar un resumen de las noticias y comentarlo con los compañeros.
proponer un estilo diferente (televisivo o no) para la información económica.
imaginar las diversas soluciones a un problema económico o las diferentes formas de proseguimiento de un hecho económico.
Describir un hecho económico con diferentes enfoques (producción oral o escrita)
Imaginar las actitudes, pensamientos, etc. de los personajes que intervienen en un evento económico.
Evaluar los comportamientos de los actores económicos.
Organizar y desarrollar discusiones o debates sobre un tema específico.
Establecer las diferentes potencialidades de los medios de comunicación para analizar los hechos económicos, para modificar la opinión pública, para presionar a los actores económicos, etc.

ASELE. Actas XIV (2003). MARÍA CECILIA AINCIBURU. Mira quién habla. El informativo económico en el aula ELE
Centro Virtual Cervantes

BIBLIOGRAFÍA UTILIZADA

Fiske, J. (1987)Television culture. London, Methuen.
Hartley, J. (1982) Understanding news. London, Routledge,.
Heinderyckx, F. (1993) "Television news programmes in Western Europe" en European Journal of Communications, Bruxeles.
Hetherington, A. (1985) News, newspapers and television. London, Macmillan.
Fairclough, N. (1995) Media discourse., London, Arnold.
Lombardo, L. (1999) "Advertising as motivated discourse" en Lombardo et al. Massed Medias. Milano, LED.
Sacks, H. et al. (1978) "A simplest systematics for the organisation of turn-taking in conversation" en J. Shenkein (ed.) Studies in the organitation of conversational interation. New York, Academic Press,.
Schiffrin, D. (1994) Approaches to discourse., Cambridge Mass., Blackwell.
Tracy, K. (1995) "Action-implicative discourse analysis" en Journal of Language and Social Psycology, nº14, London.

ASELE. Actas XIV (2003). MARÍA CECILIA AINCIBURU. Mira quién habla. El informativo económico en el aula ELE
Centro Virtual Cervantes