

LENGUAJE Y NARRACIÓN EN TIEMPOS DE PANTALLAS

Dorismilda Flores-Márquez*

Resumen

En el presente ensayo se presenta una reflexión sobre el vínculo entre lenguajes, soportes, prácticas y los sentidos de las prácticas en la comunicación digital. De entrada, se plantea al lenguaje como vía para expresar la subjetividad, que cobra sentido en el encuentro con los otros. Esta reflexión se extiende hacia la incorporación de una multiplicidad de pantallas en la vida cotidiana, que conectan los soportes con lenguajes específicos. Finalmente, la reflexión se orienta hacia la narración en tanto práctica comunicativa, así como los sentidos que ésta adquiere para los sujetos. En suma, se aprecia el desarrollo de competencias narrativas cada vez más complejas entre los usuarios, a partir de la incorporación de distintos medios y lenguajes.

“No sé cómo despacharos: pues hallo, al determinarme, que amaros es disgustarme, y no amaros, disgustaros”, decía Sor Juana Inés de la Cruz en el siglo XVII. La escritura se ha modificado mucho en estos siglos. La lengua es algo vivo, en constante transformación. Pero no sólo ella ha cambiado, los soportes y los lenguajes también. En tiempos de Sor Juana, gran parte de la comunicación se daba por correspondencia, a las letras se sumaban los retratos, que no las fotografías, éstas no existían aún. Eran los medios de expresión con los que contaban algunos privilegiados y hacían uso de ellos para distintos propósitos.

*Profesora de asignatura en
la Universidad Autónoma de
Aguascalientes.
dorixfm@gmail.com

Este breve ensayo se centra en la reflexión sobre el vínculo entre lenguajes, soportes, prácticas y los sentidos de las prácticas en la comunicación digital. Nuestros tiempos se caracterizan por la multiplicidad de espacios para la expresión, que son apropiados de distintas maneras por los usuarios. Uno de los elementos clave es la capacidad de éstos para alfabetizarse en diferentes lenguajes. Aunque las transformaciones más evidentes se producen en el terreno de la escritura —sobre todo a raíz del uso de símbolos y abreviaturas para economizar los caracteres en gran parte de los mensajes—, hay otros lenguajes que están cambiando también.

Lenguaje, subjetividad y encuentro

Con frecuencia, cuando hablamos de “lenguaje”, el término es acompañado por otro que le da especificidad: lenguaje de señas, braille, corporal, animal, algebraico, aritmético, de programación, binario, html, java, poético, fotográfico, cinematográfico, televisivo, radiofónico, visual, audiovisual, gráfico, entre otros. Nos referimos, entonces, a distintos sistemas de comunicación, en los cuales, a partir de convenciones, es posible producir mensajes, entender aquellos mensajes que producen los otros y, en gran parte de los casos, participar en situaciones de interacción.

En la lógica de la acción comunicativa, el lenguaje es la vía para expresar la subjetividad

En la propuesta de Habermas (1999), el lenguaje es central, porque se constituye como un medio de entendimiento, mediante el cual se construye la relación comunicativa. Recordemos que este autor distingue entre cuatro tipos de acción en la teoría sociológica: 1) la *acción teleológica* que puede convertirse en *acción estratégica*, cuyo concepto viene de la economía política neoclásica y se refiere a la decisión entre distintas alternativas de acción; 2) la *acción regulada por normas*, enraizada en la teoría sociológica de Durkheim y Parsons, para explicar la presencia de normas, entendidas como acuerdos en un grupo social, en torno a las expectativas de comportamiento; 3) la *acción dramática*, cuyo concepto proviene de Goffman y se entiende como la posibilidad de un agente de expresar sus vivencias para los espectadores, a partir del acceso privilegiado que tiene a su propia subjetividad; 4) la *acción comunicativa*, cuyo concepto fue empleado primero por Mead, luego por Garfinkel y después por el propio Habermas, que se refiere a:

La interacción de a lo menos dos sujetos capaces de lenguaje y de acción que (ya sea con medios verbales o con medios extra-verbales) entablan una relación interpersonal. Los actores buscan entenderse sobre una situación de acción para poder así coordinar de común acuerdo sus planes de acción y con ello sus acciones. El concepto aquí central, el de interpretación, se refiere primordialmente a la negociación de definiciones de la situación susceptibles de consenso. En este modelo de acción el lenguaje ocupa, como veremos, un puesto prominente (Habermas, 1999, pág. 124).

En suma, en la lógica de la acción comunicativa, el lenguaje es la vía para expresar la subjetividad, a la que sólo el sujeto tiene acceso, pero que se construye y cobra sentido en el encuentro con los otros.

El concepto de acción comunicativa presupone el lenguaje como un medio de entendimiento sin más abreviaturas, en que hablantes y oyentes se refieren, desde el horizonte preinterpretado que su mundo de la vida representa, simultáneamente a algo en el mundo objetivo, en el mundo social y en el mundo subjetivo, para negociar definiciones de la situación que puedan ser compartidas por todos (Habermas, 1999, pág. 137)

Podemos tensar el argumento de Habermas para pensar la centralidad del lenguaje en las formas emergentes de comunicación. Bajo esta lógica, hay varios elementos clave en el lenguaje: los sujetos, el encuentro con otros sujetos, la intención de comunicar y la presencia de un código compartido, que permita un mínimo de entendimiento. Pero hay también, en estas formas emergentes de comunicación, un elemento transversal, que posibilita los otros: se trata de la presencia de soportes materiales que permiten fijar el contenido de la comunicación (Thompson, 1995).

La incorporación de las pantallas

La producción y transmisión de formas simbólicas emplea medios técnicos, que establecen diferencias, facilitan y circunscriben los tipos de producción simbólica y de intercambio que son posibles. Estos medios técnicos permiten la fijación de la forma simbólica, la posibilidad de reproducción y el distanciamiento espacio-tiempo (Thompson, 1995). Recordemos que Thompson hizo estos planteamientos respecto a los medios de comunicación en su sentido tradicional, pero los medios digitales implican también cierta fijación, que posibilita la reproducción de la forma simbólica o el mensaje que se produce para ser difundido.

Es más evidente el
recurso de las pantallas
en las interacciones a
distancia

En nuestros tiempos, cobran relevancia estos soportes, principalmente por el creciente acceso a dispositivos, programas y aplicaciones que posibilitan la difusión de mensajes en la red, así como la interacción con otros usuarios. De manera concreta, somos testigos de la multiplicación de y la convergencia entre pantallas en la vida cotidiana (Orozco Gómez, 2012), de modo que gran parte de los dispositivos que usamos cuentan con pantallas, el uso de los programas y aplicaciones también nos enfrenta con la lógica de la pantalla y gran parte de nuestras interacciones incluyen a diferentes pantallas.

En este sentido, es más evidente el recurso de las pantallas en las interacciones a distancia, pero incluso las presenciales han registrado una incorporación paulatina de dispositivos con pantallas, al grado que ya parece algo natural. Cuando asistimos a conciertos, fiestas y otras actividades en lugares públicos, es común el uso de cámaras fotográficas —tanto de aquellas que son simplemente cámaras, como de las que vienen integradas en teléfonos y tabletas— para registrar momentos específicos y compartirlos, muchas de las veces en tiempo real. Eso es algo que se ha popularizado en los años recientes.

En apariencia, los recursos para estas prácticas —entendidas como rutinas establecidas, que cobran sentido cuando son compartidas por los agentes en el tiempo y el espacio (Giddens, 1987; Reckwitz, 2002)— son limitados: es posible usar textos, fotografías y otras imágenes, videos y combinarlas entre sí para la expresión. Sin embargo, cada espacio es diferente y ahí es donde radica la riqueza. Por ejemplo: en Instagram se comparten fotos y ahora también videos en un formato cuadrado —no rectangular, como el tradicional (16:9)—, pueden usarse filtros *vintage* para las fotografías y también *hashtags*, así como hacer comentarios y dar clic en el corazón de “favoritos”. Estos elementos ya configuran posibilidades y formas de expresión, que se comparten parcialmente con otras aplicaciones, a la vez que establecen diferencias. Más allá de las posibilidades técnicas, está aquello que los usuarios comunican en Instagram. Con frecuencia, se trata de fotos de comida, animales o paisajes, aunque esto puede variar de acuerdo a distintos perfiles de usuarios.

Cada soporte y cada aplicación tienen una lógica específica, que grandes grupos de usuarios apropian para expresarse. La multiplicación de los dispositivos y las aplicaciones, deriva en el desarrollo de

Situarse en un contexto histórico-social y explicar las razones de sus acciones

competencias narrativas cada vez más complejas entre los usuarios, que incorporan las habilidades técnicas para usar los aparatos, pero también incorporan las habilidades cognitivas y sociales para emplear diversos lenguajes y comunicar aquello que resulta pertinente, en la lógica del espacio en que se interactúa. No es lo mismo producir contenido para Instagram, Pinterest, Twitter, Facebook, Flickr, Whatsapp o para un blog. Incluso la lógica de consumo cambia. Al emplear distintos de estos recursos, hay una superposición de redes, lógicas y lenguajes, para dar lugar a prácticas comunicativas

más complejas. Es común ver que una liga en Twitter conduce a un sitio web, o que el contenido compartido en Pinterest se replica en Facebook, o que la ubicación en FourSquare o una misma fotografía de Instagram son vinculadas a los perfiles en Twitter y Facebook.

La narración de lo cotidiano

El centro de las prácticas a las que me he referido líneas arriba es la narración de algo. Con frecuencia, se trata de la narración de la vida cotidiana. De ahí que las fotos de comida, los relatos sobre los trayectos en la ciudad o las anécdotas sobre la vida laboral y familiar cobren relevancia para muchos usuarios y para sus círculos cercanos.

En una investigación previa que realicé sobre los sentidos del *blogging* autobiográfico (Flores, 2009), los hallazgos me permitieron detectar que, entre todos los sentidos que los bloggers daban a su práctica, había tres que sobresalían: el de reflexividad, el de *estar-con-los-otros* y el de trascendencia. El sentido de reflexividad se entiende como un ejercicio regular de los sujetos, que consiste en situarse en un contexto histórico-social y explicar las razones de sus acciones (Archer, 2007). Entre los *bloggers*, el sentido de reflexividad opera como un ejercicio de pensar lo vivido, tanto por la necesidad de reconstruir sus propias experiencias y ponerlas en palabras y/o imágenes, como por la posibilidad de identificarse con las historias de otros y pensar la propia experiencia. El sentido de

vínculo o de *estar-con-los-otros*, parte de la concepción de la blogósfera como espacio en el que se construyen y mantienen relaciones a partir de afinidades. Finalmente, el sentido de trascendencia consiste en la búsqueda de dejar rastro de sí, de las experiencias vividas, mediante el ejercicio de contar su historia cotidianamente (Flores, 2009).

Si bien las redes que empleamos ahora, han dado lugar a otro tipo de posibilidades y recursos, es posible tensar estos hallazgos para pensar en el sentido de las prácticas de expresión en espacios digitales. Contar la vida en la red, independientemente del dispositivo o la aplicación que se emplee, parte de la atribución de algún sentido, que subyace a las prácticas. Los tres sentidos antes mencionados regresan a los planteamientos *habermasianos* sobre el lenguaje: se trata de la posibilidad de expresar la subjetividad, pero esto sólo tiene sentido en el encuentro con los otros, mediante el lenguaje, que se constituye como un elemento central.

A modo de conclusión

Para quienes analizamos la comunicación, la proliferación de dispositivos y aplicaciones resulta apasionante, no por ellos en sí mismos, sino por las posibilidades que se abren para la comunicación y para la apropiación por parte de los usuarios.

Pensar en estrategias de intervención en alfabetización mediática

La expresión en las redes deja ver un interés y una alta valoración de la experiencia vivida, frente a los saberes expertos, racionales. A la vez, habla de una transformación en las concepciones de lo público y lo privado, así como de la formación de vínculos. Sobre todo, en el caso que nos atañe en este número monográfico de **Entretextos**, permite observar que, al mezclarse, los lenguajes se vuelven más complejos y, en consecuencia, se aprecia el desarrollo de una serie de habilidades para leer y producir narrativas que incorporan distintos medios y lenguajes. Esto es un gran desafío para el estudio de la comunicación. Pero hay un desafío mayor en términos sociales: si bien en los tiempos de Sor Juana, la experimentación con el lenguaje se situaba en el terreno de las posibilidades de un sector relativamente reducido de la población que gozaba de los beneficios de la alfabetización; en nuestros tiempos, la experimentación con los lenguajes de las formas emergentes de comunicación son reservados también para aquellos que tienen los recursos tanto materiales como culturales para conectarse a la red, es decir, un sector relativamente reducido de la población. Es tiempo de pensar en estrategias de intervención en alfabetización mediática, de revisar las experiencias de los programas ya implementados y de ver qué más se puede aportar.

REFERENCIAS ■

Archer, M. (2007). *Making our way through the world*. Cambridge: Cambridge University Press.

Flores, D. (2009). *La vida en blog: Sentidos del blogging autobiográfico*, tesis de maestría. Tlaquepaque: ITESO.

Giddens, A. (1987). *Las nuevas reglas del método sociológico. Crítica positiva de las sociologías interpretativas*. Buenos Aires: Amorrortu.

Habermas, J. (1999). *Teoría de la acción comunicativa I. Racionalidad de la acción y racionalización social*. Madrid: Taurus.

Orozco Gómez, G. (2012). Audiencias y pantallas. Lo nuevo, lo viejo y lo que viene. *La Mirada de Telemo*, 1.

Reckwitz, A. (2002). Toward a theory of social practices. A development in culturalist theorizing. *European Journal of Social Theory*, 5 (2), 243-263.

Thompson, J. B. (1995). *The media and modernity. A social theory of the media*. California: Stanford University Press.