Zeitschrift: Hispanica Helvetica

Herausgeber: Sociedad Suiza de Estudios Hispánicos

Band: 26 (2014)

Artikel: "Pa'que veas que te pido perdón en delante toda España" : pragmalingüística y análisis del discurso en los diálogos del talk show televisivo "Diario de Patricia" (2001-2011) : aproximaciones teóricas y análisis

Autor: Danilova, Oxana

Kapitel: 11: Conclusiones

DOI: https://doi.org/10.5169/seals-840901

Nutzungsbedingungen

Die ETH-Bibliothek ist die Anbieterin der digitalisierten Zeitschriften auf E-Periodica. Sie besitzt keine Urheberrechte an den Zeitschriften und ist nicht verantwortlich für deren Inhalte. Die Rechte liegen in der Regel bei den Herausgebern beziehungsweise den externen Rechteinhabern. Das Veröffentlichen von Bildern in Print- und Online-Publikationen sowie auf Social Media-Kanälen oder Webseiten ist nur mit vorheriger Genehmigung der Rechteinhaber erlaubt. Mehr erfahren

Conditions d'utilisation

L'ETH Library est le fournisseur des revues numérisées. Elle ne détient aucun droit d'auteur sur les revues et n'est pas responsable de leur contenu. En règle générale, les droits sont détenus par les éditeurs ou les détenteurs de droits externes. La reproduction d'images dans des publications imprimées ou en ligne ainsi que sur des canaux de médias sociaux ou des sites web n'est autorisée qu'avec l'accord préalable des détenteurs des droits. En savoir plus

Terms of use

The ETH Library is the provider of the digitised journals. It does not own any copyrights to the journals and is not responsible for their content. The rights usually lie with the publishers or the external rights holders. Publishing images in print and online publications, as well as on social media channels or websites, is only permitted with the prior consent of the rights holders. Find out more

Download PDF: 16.07.2025

ETH-Bibliothek Zürich, E-Periodica, https://www.e-periodica.ch

11. Conclusiones

Con esta investigación hemos intentado identificar las diferentes estrategias pragmáticas presentes en nuestro corpus, demostrar su funcionamiento, describir la articulación de la interacción y establecer las características del *Diario de Patricia*, aplicando para ello una metodología basada en diferentes propuestas teóricas de la Pragmalingüística. Analizar los diálogos de *DP* desde la perspectiva pragmática resultó sumamente revelador. Dado que la intención comunicativa del hablante es uno de los principales objetos de investigación de la Pragmática, esta última constituye una base teórica óptima para el estudio de este género discursivo. Hemos querido conjugar varias aproximaciones teóricas en función de los diferentes objetos de interés, pasando revista a un abanico de estructuras, estrategias pragmáticas y recursos lingüísticos que caracterizan este discurso.

Dado que la intención comunicativa del hablante es uno de los principales objetos de investigación de la Pragmática, esta última constituye una base teórica óptima para el estudio de este género discursivo.

El punto de partida de nuestro análisis fue la concepción del *talk show* como *un espectáculo a través de la palabra*. En cuanto discurso destinado, en última instancia, a una tercera entidad –el público televidente–, el *talk show* tiene como cometido seducirla y fidelizarla a través de una serie de prácticas lingüísticas. Las que se manifiestan en el *DP* hacen que el programa sea cautivador e incluso lo convierten en uno de los más atractivos (del conjunto de la oferta global de las cadenas televisivas) de su época.

Hemos constatado que el *DP* ejemplifica un discurso dirigido y orientado, donde los roles comunicativos están muy bien delimitados. Así, la presentadora es quien lleva las riendas de los intercambios y mediante los actos de habla directivos y los procesos interrup-

tivos, controla y (re)orienta el flujo discursivo hacia determinados temas de interés particular. En cambio, los invitados no suelen realizar actos directivos y utilizan la interrupción para destacar o insistir en algún asunto que les parece de especial relevancia.

Sin embargo, se trata, al mismo tiempo, de un discurso cooperativo y co-construido: todos los intervinientes se esfuerzan en colaborar y producir un discurso coherente aunque cada uno con sus propias intenciones: la presentadora lo hace con vistas al público ausente, es decir, su tarea consiste en elaborar y emitir mensajes completos e inteligibles para la audiencia dado que esta no puede intervenir; los invitados participan en *DP* con el objetivo de conseguir un beneficio (generalmente algún tipo de ayuda, una reconciliación con un familiar o amigo, un protagonismo mediático fugaz, etc.). Todo ello, claro está, siguiendo los patrones discursivos prefijados por los directores del programa, pues recordemos que la condición *sine qua non* para participar en *DP* es relatar un determinado episodio de su vida.

Cabe señalar que hemos demostrado que se trata de un discurso bastante manipulador, y que la manipulación es una estrategia utilizada exclusivamente por la presentadora. Esta práctica discursiva sirve generalmente para obtener confesiones sobre asuntos concretos que mantienen el interés de la audiencia o, dicho de otro modo, al igual que la descortesía, se usa con fines lúdico-mediáticos.

En consonancia con lo anterior, hemos advertido también que la descortesía es una estrategia frecuentemente usada y es de la competencia exclusiva de Patricia dado que esta goza de mayor poder que los informantes. Aceptar la descortesía es una regla tácita asumida y respetada por todos los participantes del *talk show*. Su función en un contexto mediático como *DP* es la de provocar determinadas reacciones más que la de perjudicar la imagen del interlocutor; es decir que se emplea como una estrategia de entretenimiento del público. Hemos observado asimismo que la agresividad verbal convive con la cortesía y un trato deferente entre los participantes. Mientras la descortesía fascina por ser un comportamiento socialmente mal visto en la vida real, lo cortés proporciona seguridad y confianza en el programa y en su presentadora, dado que el objetivo, aunque fingido, es ayudar a mejorar las relaciones interpersonales de los invitados. Ambas estrategias alternan para establecer una especie de equilibrio, por lo que los momentos de tensión están seguidos por periodos más

armónicos. En suma, *DP* maneja con habilidad diferentes estrategias positivas y negativas, con lo cual evita caer en los extremos y así seduce al público.

Cabe resaltar la importancia del carácter expresivo de estas entrevistas. En efecto, basada en la transmisión de sentimientos y en temas que giran en torno a la esfera afectiva, la expresividad resulta imprescindible y forma parte incluso de las estrategias más destacadas del género para interesar al público. La expresividad confiere énfasis y realce al estilo de *DP* y así cumple una función dramática, creando el espectáculo a través de la palabra.

Asimismo, podemos subrayar, como uno de los resultados más interesantes de este trabajo, en el plano funcional, que el papel de las diferentes estrategias difiere de acuerdo con el tipo de participante que las lleva a cabo. En este sentido, las que están a cargo de Patricia se derivan del papel institucional de esta como regidora o controladora del discurso, por lo que pueden considerarse legítimas sus intervenciones (como las interrupciones, descortesía, etc.) y carentes de peligro para su imagen. Se trata de prácticas discursivas (manipulación, descortesía, interrupción) que suponen mayor poder institucional o social. Cuando una estrategia es empleada tanto por la presentadora como por los invitados, cumple funciones diferentes según su emisor. Así, por ejemplo, los invitados se sirven de los actos de habla asertivos para dar información, descripciones o justificaciones, mientras que la presentadora los utiliza para pedir información, presentar sus juicios o evaluaciones personales, etc.; las repeticiones y reformulaciones son empleadas por los informantes con la intención de insistir en algo, aclarar o confirmar una información; la conductora los emplea para conseguir la información que le parece más relevante, profundizar en un tema determinado o ayudar a sus invitados a formular un mensaje coherente y claro. Otro hecho llamativo es que Patricia oscila con gran destreza entre las estrategias negativas y las positivas manteniendo un cierto equilibrio: *DP* es un discurso dirigido pero cooperativo; manipulador pero, a la vez, relevante y con pretensiones altruistas de aportar ayuda; descortés pero, al mismo tiempo, armonioso y conciliador, de proximidad, etc.

En relación con lo anterior, una constatación fundamental es el hecho de que la presentadora emplea estas estrategias de manera consciente, es decir, con una intención concreta: cautivar al público televidente; los invitados, en cambio, no parecen emplear estos re-

cursos intencionadamente. La tarea de la presentadora consiste en «adivinar» las preferencias de la audiencia y conducir el intercambio en esa dirección. Por ello, procura atenerse a las máximas conversacionales para que la información llegue de la manera más completa posible pero que esta sea, al mismo tiempo, interesante para la audiencia; y ya sabemos que este interés radica en lo secreto, lo problemático, lo íntimo. El espectador, en apariencia pasivo por estar ausente físicamente del plató y por no poder intervenir verbalmente en los intercambios, es en realidad el principal motor de los *talk shows* (y de la programación televisual en general) puesto que impone tácitamente sus preferencias de modo que se emite aquello que corresponde a sus intereses. La conductora de *DP* asume varios papeles: amiga, moderadora, directora, contertulia, censora, etc. y adapta su comportamiento a cada uno de estos papeles en momentos adecuados. Los invitados, en cambio, desempeñan un número de papeles mucho más reducido –en general, los de informante y contertulio– y, por tanto, su comportamiento verbal es menos variado.

En el plano interaccional, *DP* se parece a una entrevista dado que predomina la sucesión de pares pregunta / repuesta, con roles comunicativos perfectamente delimitados. Se aprecia el deseo de obtener determinada información aunque, en muchas ocasiones, las preguntas piden información poco relevante para el interlocutor pero muy pertinente para el público. Otras veces, los actos de habla asertivos sirven para pedir información y también para proporcionar evaluaciones o apreciaciones personales mediante las que se buscan determinadas reacciones del interlocutor, como por ejemplo, las justificaciones (para este fin se emplean también los actos expresivos). Estos actos de habla directivos y asertivos desempeñan una función importante de control del flujo discursivo, y de la calidad y cantidad de información.

Hemos observado también que, cuando la presentadora se muestra agresiva y desagradable, los invitados no se ofenden, por lo que concluimos que se trata de un comportamiento esperable propio de estos formatos televisivos, como un contrato comunicativo tácito que los informantes suelen respetar al pie de la letra, por lo menos en los encuentros que constituyen nuestro corpus.

Es de mencionar una vez más que todos los recursos y estrategias empleadas están destinadas y a la vez condicionadas por la presencia de una tercera entidad: el público televisivo.

Gracias a este estudio, hemos podido comprobar que, más que el contenido de los mensajes (que suelen ser similares), es el modo de dirigir la charla, la forma en que se presentan dichos contenidos, la manera de actuar y dramatizar los relatos de las experiencias vividas, lo que atrae al espectador. El uso del lenguaje expresivo, las repeticiones, las evaluaciones, los juicios y las apreciaciones personales, las constantes referencias a las emociones y sentimientos, la ironía, incluso el sarcasmo, constituyen claves discursivas de primer orden.

Asimismo, es preciso destacar lo gratificante que resulta para los espectadores ver cómo se resuelven conflictos o problemas interpersonales, hecho que les infunde serenidad y esperanza en que los valores tradicionales como el amor, la confianza, las relaciones armoniosas entre los miembros de una familia, el trabajo, la salud, la moral, etc., siguen siendo sustanciales. De esta manera, al final de la entrevista el público experimenta una especie de «catarsis».

Opinamos también que todas las estrategias aquí analizadas contribuyeron de manera notoria a la longevidad así como al éxito y la popularidad de que gozó el programa.

Todas estas observaciones confirman el carácter particular de las charlas de *DP*: bajo la apariencia de una comunicación de proximidad, se descubre una estructuración muy exigente desde el punto de vista de los roles comunicativos y de los contenidos; son condiciones que los participantes conocen y suelen respetar.

11.1. PERSPECTIVAS FUTURAS

Por supuesto, el tema de las estrategias pragmáticas de *DP* abre caminos hacia otros horizontes en los que no hemos podido profundizar aquí y que solo hemos mencionado. Uno de ellos es la problemática de las cuestiones éticas en la actuación de la presentadora. Diferentes estudios sobre la televisión muestran que, a pesar del auge de Internet, la televisión continúa siendo el medio comunicativo preferido para entretenerse e informarse acerca de la actualidad. Es preciso recordar que los mensajes transmitidos por la televisión no son anodinos: cualquier formato, sea este de contenido informativo o de entretenimiento (aunque, hoy en día, las dos concepciones tienden a fusionar), ofrece una determina visión de la sociedad tanto de manera explícita como implícita. En este sentido, los *talk shows* autobio-

gráficos resumen experiencias personales reales a través de las que difunden (y subrayan) ciertos valores sociales como la fidelidad en las relaciones de pareja, la importancia del amor, la solidaridad dentro de la familia, etc., valores relativamente tradicionales. Ahora bien, en cuanto a la actuación de Patricia Gaztañaga en *Diario de Patricia*, pensamos que la sinceridad, la ayuda, la moral, la distinción entre lo bueno y lo malo, lo justo y lo injusto, lo correcto y lo inadmisible, etc., que procura poner en el primer plano, constituyen instrumentos para crear el espectáculo. En un nivel superior, que traspasa los límites de este programa concreto, las normas éticas sirven, por un lado, para hacer compatibles el mercado televisivo, la competencia que existe entre diferentes cadenas y las ganancias económicas gracias al índice de audiencia y, por otro lado, para mantener una determinada función didáctica y social de la televisión destinada a, como decíamos, promover una conducta específica y unos valores particulares de la sociedad. Dicha función didáctica y social le permite a la televisión exhibir una cierta imagen, esto es, demostrar que no es tributaria de las cuotas de audiencia ni de consideraciones económicas. A pesar de lo dicho, es sabido que, en la situación presente, un programa que no adquiere un ranking concreto, desaparece de la pantalla.

Dicho esto, es menester tener presente el tipo o estatus de la cadena que transmite el *talk show*: las cadenas estatales tienden a mantener su cometido didáctico y cultural, a proyectar determinados valores sociales, etc. A su vez, las cadenas privadas, financiadas por sus propios ingresos, apuestan por el sensacionalismo, el morbo, la violencia, la descortesía, etc. para aumentar las cuotas de audiencia.

En relación con lo evocado anteriormente, las estrategias que hemos registrado en *DP* son comunes a otros programas pertenecientes al ámbito de la televerdad y telerrealidad. No obstante, pensamos que su uso y las intenciones con que se emplean dependen estrechamente de la personalidad del presentador. Opinamos que es él (ella) quien da el tono al programa. Sin embargo, no se trata más que de una suposición y resultaría interesante un estudio comparativo de las actitudes y del uso de las mismas estrategias verbales por parte de diferentes animadores de formatos similares.