

CALSAMIGLIA, H.; COTS, J.M.; LORDA, C.U.; NUSSBAUM, L.; PAYRATÓ, L.; TUSÓN, A. (1994): *Estrategias comunicativas e identidades socioculturales en 'talk shows': Un ejemplo de "La vida en un xip"*, *Sintagma* 6(1994), pp. 39-50

ESTRATEGIAS COMUNICATIVAS E IDENTIDADES SOCIOCULTURALES EN TALK SHOWS: UN EJEMPLO DE "LA VIDA EN UN XIP"*

H. CALSAMIGLIA, J.M. COTS, C.U. LORDA, L. NUSSBAUM, L. PAYRATÓ,
A. TUSÓN
Cercle d'Anàlisi del Discurs

0. *Introducción*

La creación, la difusión y el éxito de los programas televisivos conocidos generalmente con el nombre de *espectáculos verbales (talk shows)* ha convertido este tipo de emisiones en un auténtico "género de habla" característico de las sociedades y culturas en las que se produce y se consume. Estos programas pueden interpretarse como *escaparates antropológicos*, tanto por los temas y por quienes participan en el debate como por pretender ser un ejemplo de las relaciones democráticas. Las identidades se presentan y se negocian a través del comportamiento interlocutivo y de las estrategias discursivas que utilizan los diversos "actores".

En este artículo nos proponemos analizar la relación que existe entre las identidades socioculturales y las estrategias comunicativas en un caso particular: una emisión de *La vida en un xip* (un *espectáculo verbal* de máxima audiencia en la Televisión de Catalunya, TV3), dedicado al tema de las patrullas urbanas.

En este análisis prestamos una atención especial al comportamiento discursivo de cada participante que, a priori, se considera relacionado con su identidad sociocultural (estatus, papel que representa y contrato comunicativo) y que, también, ayuda a (re)crear y reforzar esa identidad. El comportamiento discursivo se refleja tanto en la dimensión *interlocutiva* (tipo y número total de turnos de palabra, interrupciones y tiempo total ocupado) como en la dimensión *enunciativa* (la presentación y argumentación de cada emisión verbal concreta). El hecho de tomar en consideración esas dos dimensiones nos permite dibujar una imagen discursiva de cada participante en el debate que tiene una conexión muy próxima a su identidad sociocultural específica y, por último, permite contrastar esas imágenes en el contexto de una emisión concreta del programa.

* Lo que presentamos en este artículo forma parte de un estudio más amplio subvencionado por el Programa Sectorial de Promoción del Conocimiento de la Dirección General de Investigación Científica y Técnica del Ministerio de Educación y Ciencia, código de referencia: PS 91-0052. Una primera versión fue presentada en la IV International Pragmatics Conference celebrada en Kobe (Japón) los días 25 a 30 de julio de 1993.

Este artículo forma parte de un proyecto de investigación que está llevando a cabo el *Cercle d'Anàlisi del Discurs* de la Universitat Autònoma de Barcelona junto con el *Centre d'Analyse du Discours* de la Universitat de Paris XIII y la Universitat de Bari (Calsamiglia et al., 1993)¹. El proyecto se puede considerar como una parte de un programa de investigación sobre los géneros discursivos de los medios de comunicación de masas. El objetivo último de estudio del programa *La vida en un xip* consiste en establecer una serie de rasgos propios y característicos de los *espectáculos verbales* en las televisiones europeas.

Los *talk shows*, tal como su nombre sugiere, son espectáculos televisivos que se basan en la puesta en escena de una discusión. Por esa razón, en este tipo de programas podemos encontrar todos los componentes de un acontecimiento comunicativo/de habla con arreglo a la situación específica de comunicación en que se produce.

1. El talk show "LA VIDA EN UN XIP"

El *talk show* que estamos estudiando era una producción de la televisión de Catalunya (TV3). La lengua del programa era el catalán, si bien, debido a la situación de bilingüismo, algunos participantes utilizaban el castellano.

La vida en un xip podría considerarse como un producto cultural y discursivo que se caracteriza por su propia idiosincrasia cultural ya que, si bien pertenece al ámbito cultural europeo por lo que se refiere al espacio de comunicaciones, el programa se produce en Catalunya. En ese sentido, *La vida en un xip* puede verse como un "escaparate antropológico" y puede compararse con otros productos similares que se producen en otros lugares de Europa.

La vida en un xip fue un programa muy popular que se emitía durante las horas punta de audiencia (los viernes por la noche), y un buen número de telespectadores participaba en él a través de llamadas telefónicas para expresar su opinión sobre el problema objeto de discusión.

El programa se desarrollaba en torno a un tema polémico de interés general y lo dirigía un moderador-presentador que, previamente a la emisión de cada programa, había invitado a una serie de "expertos" sobre el tema (especialistas y testigos) con el fin de que dieran su opinión o bien que explicaran sus experiencias. Los diferentes puntos de vista de los "expertos" sentaban las bases para un debate en el que el público presente en el estudio podía también participar durante la segunda parte del programa.

Este "espectáculo" siempre se desarrollaba de la misma manera: En primer lugar, había una introducción a partir de una historia de ficción (*La Granja*); a continuación, los "expertos" daban inicio a la discusión presentando el problema objeto de debate y sus diferentes puntos de vista (sí/no, a favor/en contra, mejor/peor). Por último, el público presente en el estudio discutía los diferentes argumentos que habían presentado los expertos o bien ofrecían su testimonio como

¹ Calsamiglia, H., J.M. Cots, C.U. Lorda, L. Nussbaum, L. Payrató y A. Tusón (1993) *Etude du talk show "La vida en un xip"*. Barcelona: UAB, Cercle d'Anàlisi del Discurs. Informe científico presentado al *Centre Nationale de la Recherche Scientifique* (CNRS).

ejemplo del problema que se trataba. A lo largo del programa se producían interrupciones para dar paso a la publicidad, para conectar con el centro de datos -que recibía llamadas telefónicas de telespectadores- y para las intervenciones de la secretaria del programa.

Esta estructura condicionaba en gran medida el desarrollo de la discusión. El presentador actuaba continuamente como moderador, justificando y guiando -en función del objetivo final del programa- el comportamiento verbal de los participantes. El programa pretendía ser un "escaparate" de la opinión pública catalana; asimismo tenía como meta el promover formas democráticas y respetuosas para discutir (y tal vez resolver) ciertos asuntos de general interés. El presentador también estaba encargado de definir el tono de toda la discusión, que dependía en gran medida del tema: serio (eutanasia, aborto, suicidio,...), más o menos frívolo ("ligar", comer bien, ...), neutro (vivir en el campo o en la ciudad,...).

El estudio que presentamos aquí se refiere a la segunda parte del programa en la que el moderador presenta a los "expertos" invitados (especialistas y testigos) que forman la mesa, quienes plantean sus puntos de vista sobre el tema y discuten entre ellos; nos interesa en especial analizar las diferentes estrategias comunicativas de los expertos invitados en un episodio concreto del "espectáculo verbal". Este episodio, emitido el 18 de octubre de 1991 con el título de *Patrulles Urbanes*, trató sobre si los vecinos de barrios marginados tienen derecho a organizarse entre ellos para luchar contra los delincuentes, en especial contra aquellos relacionados con las drogas. Como se verá, el análisis demuestra en qué medida la construcción de la identidad sociocultural de los expertos, aunque esté fuertemente condicionada por el papel social y comunicativo que se les ha asignado, es también el resultado de su comportamiento verbal a lo largo del episodio.

2. Marco teórico

El contexto en el que se sitúa este estudio es el de las teorías lingüísticas que entienden el uso lingüístico como acción. Si dejamos de lado los objetos de estudio y la metodología propios de cada una de ellas, parece existir un acuerdo general en que una acción se caracteriza por las intenciones y los objetivos, está regulada socialmente y es intersubjetiva. Nuestro objetivo final en este proyecto es mostrar que esas acciones adquieren significado a través de la dinámica del uso verbal.

El *talk show* es un tipo de programa que está sujeto, por una parte, a un objetivo determinado (entretener mientras se discute un tema de actualidad o de interés) y, por otra, a un contexto específico: un espacio de debate entre los participantes invitados dirigido por un presentador-líder-gestor de la palabra ante un público presente en el estudio pero dirigido a una "audiencia ausente" (los telespectadores). Esos parámetros definen dos tipos de "escenarios" (el espectáculo y la discusión), que establecen a priori una serie de rituales comunicativos y asignan papeles específicos a los participantes (presentar, preguntar, responder, etc.). Sin embargo, esta situación no nos permite predecir la manera en que cada individuo hablará, qué conocimiento del mundo pondrá en juego a través de su palabra, cómo construirá la presentación de sí mismo (qué imagen de su persona construirá) o las inferencias que los diferentes participantes realizarán para interpretar lo que se irá diciendo.

Consideramos con Charaudeau (1991) que existe un *contrato comunicativo o marco* (Goffman, 1974; Gumperz, 1992) que se define en el punto de intersección entre lo que es *situacional* (objetivos, estatus, papeles sociales, normas de interacción) y lo que es *discursivo* (formas de participación, maneras de hablar). Ese contrato -que incluye el bagaje de conocimientos compartido y permite establecer relaciones entre aquello que sucede y lo que se conoce- constituye el espacio en el que se construye la identidad social de los hablantes como individuos sociales y como participantes en un acontecimiento comunicativo concreto. Así, podríamos decir que una persona tiene el estatus social de médico, que es joven y que dentro del *talk show* tiene el estatus de persona invitada. Sin embargo, sólo a través de su comportamiento verbal podremos decir que adopta el papel comunicativo de rechazar, informar, etc. Esta distinción entre el papel social y el papel lingüístico permite describir los rasgos discursivos socioculturales que caracterizan a cada participante en la discusión.

El contrato comunicativo no es estático sino dinámico y depende de las restricciones que imponen los cambios de la situación, es decir, la gestión de la estructura general del programa. Por lo tanto, podemos hablar de un espacio que impone una serie de restricciones. Sin embargo, dado que el objetivo del *talk show* es producir controversia, el contrato permite cierta libertad en lo que se refiere a la construcción cooperativa de la referencia, es decir, en la negociación del significado. Esta negociación implica el despliegue de diferentes estrategias comunicativas que, dado el objetivo del acontecimiento comunicativo, están dirigidas a conseguir los siguientes fines:

En primer lugar, construir una posición coherente en relación al tema que se discute y a las contribuciones del resto de participantes y, en segundo lugar, mostrar la identidad social de cada hablante. Para que esas estrategias cumplan con su objetivo, tienen que ser legitimadas y reconocidas por el resto de participantes (los invitados y el presentador), puesto que el significado social se construye en un proceso de producción y recepción-interpretación. Así pues, las estrategias se reconocen gracias a indicios contextualizadores (Gumperz, 1992). Esos indicios funcionan en diversos niveles lingüísticos y no lingüísticos y, si bien pueden ser portadores de información en sí mismos, su significado está conectado al proceso interactivo. Gumperz (1982) señala que el significado de los indicios contextualizadores, contrariamente al significado de las palabras, del que se puede hablar fuera de contexto, es implícito y, en consecuencia, no se puede analizar en abstracto sino dentro del contexto en el que aparecen.

Para estudiar los indicios contextualizadores, hemos tenido en cuenta los aspectos siguientes:

a) *La dimensión interlocutiva*, es decir, i) el capital verbal (número de turnos de palabra, tiempo utilizado y número total de palabras), ii) el origen de los turnos (autoselección, heteroselección), iii) la transición entre los turnos de palabra (pausa, interrupción, continuidad,...) y iv) los papeles comunicativos de los participantes (preguntar, responder, validar, ...).

b) *La dimensión enunciativa*, que incluye los procedimientos lingüísticos que cada hablante utiliza para construir su discurso. Esos procedimientos afectan principalmente a las modalidades enunciativas, es decir, a la manera en que cada persona se apropia de la lengua, y también afectan a cómo se organiza el discurso,

es decir, a los principios relacionados con la manera en que cada hablante organiza su producción lingüística de acuerdo con sus objetivos.

Siguiendo a Charaudeau (1992), consideramos tres modalidades enunciativas:

1. *Elocución*: procedimiento por el cual quien tiene la palabra especifica su posición respecto a lo que está diciendo.

2. *Apelación*: mecanismo lingüístico a través del cual el enunciador implica al enunciatario en su acto de enunciación.

3. *Delocución*: mecanismo a través del cual el enunciador y el enunciatario pueden "desaparecer" del acto de enunciación. En nuestro análisis, restringimos esta modalidad a la referencia al resto de participantes en la discusión.

Por lo que respecta a los modos de organización del discurso, y siguiendo de nuevo a Charaudeau (1992), distinguimos cuatro categorías: *expositiva*, *descriptiva*, *narrativa* y *argumentativa*. En un debate, el modo expositivo estructura el texto según qué posición adopta quien habla en relación a sí mismo, a los enunciatarios y al mundo referido. Este modo discursivo es también relevante para comprender los otros modos dependiendo de qué "personaje" ha elegido adoptar el hablante para construirlos. Las tres categorías restantes (*descriptiva*, *narrativa* y *argumentativa*) son definibles de acuerdo con los conceptos tradicionales respectivos.

3. *Análisis de los datos*

3.1. *El contrato situacional: situación, escena y participantes*

El *corpus* de datos objeto de estudio consta de la grabación audio-visual de la emisión citada y la transcripción del texto. El objetivo de la parte analizada consiste en introducir el problema que será objeto de discusión y presentar las diferentes posiciones que con respecto a dicho problema tienen los expertos. Esta parte dura aproximadamente unos 40 minutos y tiene lugar frente al público presente en el estudio. De acuerdo con el contrato comunicativo de base, en esta parte del programa sólo pueden participar los expertos, las "secretarias" y el presentador-moderador. El público presente sólo puede intervenir en la tercera parte del programa. Las cámaras televisivas están, por lo tanto, enfocadas sólo hacia una sección del estudio, la que está ocupada por la mesa de los expertos, que están sentados formando una especie de semicírculo, de tal manera que se puedan ver entre ellos y puedan ser vistos también por el público y los telespectadores (véase el gráfico 1).

En total participan once personas. Tres de ellas forman parte del personal habitual del programa: el presentador (P), que dirige y controla el desarrollo del espectáculo verbal y dos secretarias (S y SC), que actúan como soporte informativo.

El presentador (P) es un profesional de la televisión que diseña el talk show y que tiene a su cargo la organización del mismo. Tiene un contrato comunicativo doble: con los telespectadores y con los expertos. Es el participante que se encarga, por una parte, de hacer que el programa progrese guiando la discusión y entreteniendo a la audiencia, y, por otra parte, de cumplir la tarea de gestionar y provocar la participación del resto de los participantes.

Los ocho participantes restantes son expertos que han sido invitados sólo para este programa en concreto. El presentador los ha seleccionado con el criterio de que puedan introducir diferentes puntos de vista en la discusión. El contrato de base enfatiza su papel: tienen la obligación de hablar desde el punto de vista del estatus por el que se les ha pedido que participen en el programa. Cinco de los expertos se pueden definir mejor como "especialistas" (G, A, M, E, J) y los otros tres como "testigos" (T0, T1, T2).

G	Gobernador	T0	Testigo
A	Alcalde	T1	Testigo
M	Médico	T2	Testigo
E	Escritor y parlamentario		
J	Juez		

Otro aspecto que distingue a esos dos grupos es que el primero está formado por personajes "públicos", mientras que el segundo está formado por personajes "anónimos". Existe otro factor que nos puede ayudar a establecer una división entre los expertos especialistas, dependiendo de si son representantes de una institución gubernamental o no; en el programa que analizamos, al médico, M, se le ha invitado como profesional, mientras que a los 4 especialistas restantes se les ha invitado, parcial o totalmente, por el hecho de ser representantes de instituciones gubernamentales diversas: del gobierno central (G), de la ciudad (A), del parlamento autonómico (E) y del poder legislativo (J)

3.2. *La dimensión interlocutiva*

La dimensión interlocutiva incluye todos aquellos factores que definen las diversas maneras en que cada participante ocupa el espacio interlocutivo. Con el fin de describir esta dimensión tomaremos en cuenta los aspectos siguientes:

1. El capital verbal de cada participante, definido en términos de número de turnos de palabra, número de palabras emitidas y tiempo usado por cada uno.

2. Los mecanismos interlocutivos:

2.1. El origen del turno (autoselección / heteroselección), teniendo en cuenta que también puede darse el caso de que sea un turno fallido, que no consigue imponerse como tal, o de que sea un turno que, en realidad, no es más que la continuación de uno anterior. La *autoselección* significa que quien toma la palabra lo hace por propia iniciativa, mientras que la *heteroselección* significa que quien interviene ha sido requerido por quien estaba haciendo uso de la palabra.

2.2. Los modos de transición del turno (pausa, interrupción, solapamiento)

2.3. Los papeles comunicativos (preguntar, responder, afirmar, validar, mostrar acuerdo o desacuerdo, gestionar, etc.).

La descripción de esos factores nos conduce a entender con claridad el papel de cada participante respecto al contrato comunicativo de base. Ese papel se fundamenta en el estatus de cada participante y en las desviaciones que en potencia puede realizar a través de un cierto comportamiento estratégico encaminado a construir su propia identidad. Partimos de la premisa básica de que el contrato verbal no es totalmente rígido, sino que funciona como un marco que permite al participante adoptar un papel más o menos coherente con su estatus. Esta parte del

estudio nos lleva a observar, por una parte, los efectos de la autoridad, legitimidad y protagonismo de los diferentes participantes y, por otra, el grado de relación entre el papel que cada uno de ellos desempeña y su estatus.

Por lo que respecta al capital verbal, los resultados del análisis muestran que el presentador, P, es quien más turnos de palabra toma a lo largo de la parte del programa analizada (34,6%) y cumple con la función organizativa derivada del contrato. Sin embargo, el tiempo ocupado por sus intervenciones es muy parecido al de los demás participantes. En el interior del grupo de expertos, dos testigos y un especialista destacan en cuanto a número de turnos de palabra: T0 (15,7%), un drogadicto que había sido recientemente atacado por un grupo de ciudadanos, T2 (10%), un miembro activo de un grupo de ciudadanos organizado, y G (8,3%), el representante del gobierno central. Nuestro análisis nos lleva a interpretar este hecho no como una simple coincidencia sino como la consecuencia de que esos tres participantes representan precisamente a los actores de un suceso en torno al cual se centra la discusión.

El análisis del sistema de la toma de los turnos de palabra corrobora esta interpretación, ya que muestra que la discusión depende mucho del presentador y de su manera de plantear el tema. Los expertos a quienes más heteroselecciona P son T0, T1, T2 y G. Lo que esto nos indica es que P tiende a adoptar un formato de interrogatorio con aquellos expertos que están más directamente relacionados con el tema que se discute y cuya información es, según él, de mayor interés: aquellos que están directamente encargados de detener la delincuencia (policía y vecinos organizados) y aquellos que sufren las consecuencias (drogadicto y vecinos).

En general, en este episodio del espectáculo verbal, se heteroselecciona verbalmente más a los testigos que a los especialistas, y más a los "políticos" que a los "profesionales" o "personajes independientes". Sin duda el caso extremo está representado por el médico, a quien en ningún momento se heteroselecciona. Por otra parte, mientras los "políticos" y los testigos construyen una identidad "informativa" (que se tendría que concretar más en cada caso; por ejemplo: G es "propagandístico", A es más "crítico", etc.), los "profesionales", a causa de la naturaleza más técnica o más ideológica de sus contribuciones, sólo toman parte en la discusión cuando el tema tiene que ver directamente con su área de especialización.

La autoselección se produce a partir de la legitimidad o la autoridad que cada participante asume a lo largo del programa y depende del contrato comunicativo o de otros factores. El hecho de que el presentador siempre participe en la discusión autoseleccionándose forma parte del contrato de base del programa, puesto que es el responsable de gestionar toda la interacción. De entre todos los expertos quien se autoselecciona más es el médico (M); esto puede ser una indicación de la autoridad que este participante asume a causa de su estatus relativamente independiente de restricciones políticas.

Resulta interesante señalar que el drogadicto (T0) es, de entre los expertos testimoniales, el que más utiliza la autoselección para participar; de hecho es el único testigo que participa en la discusión sin que nadie se lo pida. T0, debido a su condición de drogadicto a quien había atacado un grupo de ciudadanos, es quien tiene más experiencia directa sobre el tema que se está tratando y, por lo tanto, se siente legitimado más como experto-especialista que como testigo. Tanto en este

caso como en el del médico, la autoselección está relacionada con el desarrollo temático del debate.

El escritor (E), también constituye un caso especial. Su modo de participación resulta equilibrada entre la autoselección y la heteroselección. Este patrón de comportamiento se corresponde con la construcción de una identidad compleja: es un político (miembro del parlamento catalán), es un intelectual de izquierdas y escritor, y a la vez también es, en cierto sentido, un testigo, ya que vive en un barrio con problemas relacionados con las drogas.

El análisis de las transiciones entre turnos muestra que, en general, no se producen ni interrupciones ni largas pausas; esto indica que los participantes cumplen con el contrato implícito de respetar el turno ajeno. Sin embargo, tal como cabría esperar, en los momentos en que se produce una discusión más intensa cualquier participante puede solaparse con otro. T1 representa la única excepción a esta tendencia, hecho que ayuda a confirmar que esta participante construye una identidad no conflictiva.

Sólo tres de los participantes interrumpen el turno de otro: el presentador (P), en cuyo caso esto parece ser un derecho derivado de su papel como "gestor" del programa, el escritor (E) y el drogadicto (T0). En estos dos últimos casos, este hecho confirma la impresión mencionada anteriormente de que el comportamiento de estos dos expertos es diferente a la del resto y que ello es producto de su compleja identidad respecto a la discusión.

Los papeles comunicativos que se manifiestan en este episodio concreto del espectáculo verbal que nos ocupa son los que podrían esperarse a partir del contrato verbal específico del programa. Los papeles característicos del presentador son *preguntar* y *gestionar*, debido a su doble tarea consistente en provocar interés y moderar la discusión. Los expertos (especialistas y testigos) adoptan principalmente los papeles que consisten en *aseverar*, *validar* y *responder* (A, V, R), que corresponden a su función de proporcionar sus diferentes puntos de vista y su experiencia sin dejar de seguir el guión establecido por el moderador.

Un estudio más detallado de los resultados muestra que, mientras las contribuciones de los especialistas están distribuidas de forma similar entre respuestas y aseveraciones/validaciones, en el caso de los testigos sus contribuciones aparecen principalmente como respuestas. Este papel comunicativo es el que corresponde típicamente a la toma de palabra cuyo origen es una heteroselección y confirma que T0 construye una identidad especial, en el sentido de que se convierte en un personaje más parecido a los especialistas en cuanto a los papeles comunicativos que adopta. Este estudio también confirma la identidad de "francotirador" del médico (M) al que nunca heteroseleccionan verbalmente y que, por lo tanto, nunca realiza el papel de *responder*.

Todos los participantes adoptan esporádicamente papeles que son característicos del presentador, como *preguntar* o *gestionar* pero, dada su baja frecuencia, este hecho no nos permite afirmar que abandonen su propia identidad. Sin embargo, nos parece significativo señalar que tanto el gobernador (G) como el alcalde (A), los dos políticos con responsabilidades respecto a los hechos que se discuten, no adoptan nunca ninguno de esos dos papeles, lo que demuestra que se mantienen dentro de los límites estrictos de su identidad, que excluye las funciones de *gestionar* o *dirigir* la discusión.

En pocas palabras, el análisis del origen de los turnos, de los modos de transición entre turnos y de los papeles comunicativos demuestra, en primer lugar, que los participantes cumplen el contrato verbal del programa, y, en segundo lugar, nos permite apreciar que el comportamiento verbal de los participantes durante la interacción es un elemento clave para crear identidades más o menos complejas, que en algunos casos pueden llegar a ser "subversivas", siempre en relación con el contrato verbal que regula este espectáculo verbal; éste sería el caso de T0, pero también de M y E.

3.3. *La dimensión enunciativa*

En nuestro análisis hemos considerado que la dimensión enunciativa adquiere especial importancia a través de dos tipos de mecanismos que contribuyen a dibujar el estilo enunciativo de cada participante en el debate:

- a) La *deíxis personal*, mediante la cual los participantes en la interacción aparecen de forma explícita en su producción lingüística, y
- b) Los modos de organización discursiva.

3.3.1. *La deíxis personal*

Por lo que respecta a la *deíxis personal*, podemos distinguir tres categorías:

- a) La *elocución*, caracterizada por la presencia de marcas de primera persona (*yo, nosotros* y los morfemas verbales correspondientes).
- b) La *apelación*, caracterizada por la presencia de marcas de segunda persona (*tú, vosotros, usted, ustedes* y los morfemas verbales correspondientes).
- c) La *delocución*, caracterizada por la presencia de marcas de tercera persona (*él/ella/ello* y los morfemas verbales correspondientes), pero únicamente cuando se refieren a los participantes en la discusión.

Los resultados más relevantes del análisis de los datos que hemos realizado hasta el momento son los siguientes:

- a) El presentador (P) es el participante que utiliza menos marcas elocutivas.
- b) Únicamente tres participantes -el presentador (P), el médico (M) y el drogadicto (T0)- introducen marcas apelativas en su discurso.
- c) Del mismo modo, sólo tres participantes -el presentador (P), el médico (M) y el juez (J)- introducen marcas delocutivas en su discurso.
- d) Existen diferentes procedimientos y mecanismos deícticos (principalmente la alternancia deíctica) que claramente contribuyen a la construcción de la identidad de los participantes y que requieren un análisis muy detallado. Consideramos de especial relevancia los siguientes aspectos:

1. Sólo hay un participante en cuyas contribuciones a la discusión predomine claramente la marca *yo* respecto a todas las otras marcas deícticas posibles. Este participante es el drogadicto (T0), el principal testigo del suceso que se comenta y que construye su identidad discursiva más como un individuo específico que como un representante de un grupo social o de una institución.

2. Los demás participantes muestran alternancias o ambigüedades de diversos tipos. En general, el *yo* individual aparece acompañado del *nosaltres*, que se utiliza para denotar el grupo o la institución representada por quien habla (el poder legislativo, el poder ejecutivo, los médicos, etc.). A pesar de esto, encontramos casos extremos en los que un participante nunca usa el *yo* y recurre exclusivamente a un *nosaltres* institucional -el juez (J), por ejemplo-. El caso opuesto es el del médico (M), que construye su identidad desde un punto de vista muy personal, ignorando el lado público de su estatus en el programa. Por último, encontramos un participante como el alcalde (A), que usa *nosaltres* para referirse a dos grupos sociales diferentes: en unos casos, se refiere al "pueblo" y en otros, a las "autoridades institucionales". El alcalde construye su identidad discursiva fluctuando entre los dos referentes de *nosaltres*, cosa que en ocasiones puede resultar ambigua. Esta ambigüedad se refuerza por el hecho de que también utiliza las marcas de tercera persona para referirse unas veces al "pueblo" y otras a las "autoridades".

3.3.2. *Los modos de organización discursiva*

En relación a los cuatro modos básicos de organización discursiva, distinguimos tres categorías de participantes:

(1) Los personajes "expositivos" o "aseverativos", cuyo discurso se caracteriza por la posición que adoptan respecto al tema que se está discutiendo; el participante más representativo de esta categoría sería el gobernador (G).

(2) Los personajes "argumentativos", que organizan su discurso en torno a las causas y consecuencias de los sucesos que se discuten más que en torno a su posición personal ante el problema; el caso más claro de esta categoría lo constituye el médico (M).

(3) Los personajes "narrativo-descriptivos", que aportan información para la discusión en forma de relatos o descripciones. Éste sería el caso de los expertos testimoniales (T0, T1 y T2). Únicamente el drogadicto (T0), abandona este modo de discurso para convertirse en un personaje más "expositivo" o "asertivo", planteando su punto de vista personal.

Éstos serían los tres tipos dominantes; sin embargo, también se puede observar que algunos participantes, como por ejemplo el escritor o el drogadicto, construyen su propia identidad a través de la combinación de más de un estilo.

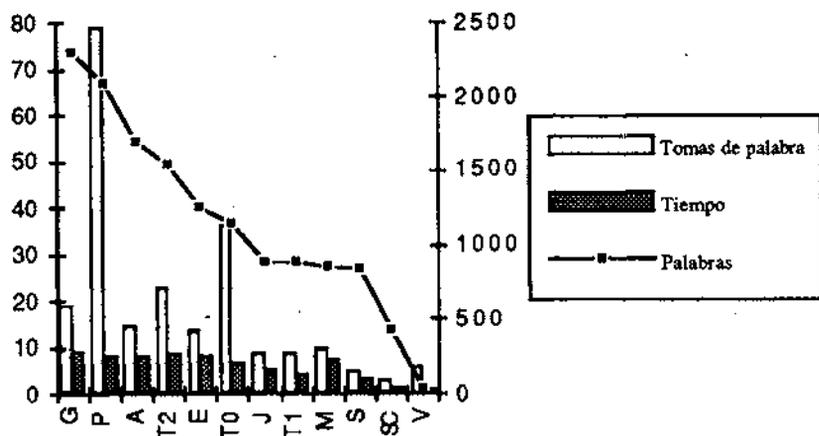
4. *A modo de conclusión*

A través de este estudio, hemos intentado mostrar el interés de analizar los espectáculos verbales tomándolos como escaparates antropológicos. Este tipo de acontecimiento comunicativo se caracteriza por presentar un alto grado de ritualización. Posee un contrato comunicativo previo bastante rígido y, además, el presentador actúa como un gestor efectivo a lo largo de todo el programa.

Pero, a pesar de ese control, los participantes en este acontecimiento comunicativo pueden y deben construir sus identidades socioculturales a través de su comportamiento discursivo. En el caso estudiado, se aprecia que esta construcción se consigue básicamente por medio de mecanismos interlocutivos y por medio de lo que hemos llamado estilos enunciativos.

Esperamos que el tipo de análisis llevado a cabo nos permitirá comparar este programa catalán con otros espectáculos verbales, con la intención de encontrar diferencias y semejanzas intraculturales y transculturales.

Tomas de palabra, tiempo y palabras



H. Calsamiglia, J.M. Cots, C.U. Lorda, L. Nussbaum, L. Payrató, A. Tusón
 Cercle d'Anàlisi del Discurs
 Universitat Autònoma de Barcelona
 Edifici G
 E-08193 Bellaterra

BIBLIOGRAFÍA

- CALSAMIGLIA, H.; COTS, J.M.; LORDA, C.U.; NUSSBAUM, L.; PAYRATÓ, L.; TUSÓN, A. (1993): *Etude du talk show "La vida en un xip"*, Barcelona:UAB, Cercle d'Anàlisi del Discurs. Informe científico presentado al *Centre Nationale de la Recherche Scientifique (CNRS)*.
- CHARAUDEAU, P. (1991): *La télévision. Les débats culturels: "Apostrophes"*, Paris:Didier.
- CHARAUDEAU, P. (1992): *La grammaire du sens et de l'expression*, Paris: Hachette.

- GOFFMAN, E. (1974): *Frame Analysis. An Essay on the Organization of Experience*, New York:Harper & Row.
- GUMPERZ, J.J. (1982): *Discourse Strategies*, Cambridge:Cambridge University Press.
- GUMPERZ, J.J. (1992): *Contextualization and understanding*, en: A. Duranti & C. Goodwin, *Rethinking Context. Language as an Interactive Phenomenon*, Cambridge:Cambridge University Press, pp. 229-252.

RESUM

Estratègies comunicatives i identitats socioculturals a *talk shows*: Un exemple de "La vida en un xip".

Aquest article es basa en l'anàlisi d'un exemple d'un espectacle de parla (*talk show*), un 'gènere' televisiu que en els darrers temps ha arribat a tenir unes cotes de popularitat molt elevades. Aquest tipus de programa es desenvolupa al voltant d'un debat entre una sèrie de personatges convidats. El programa que s'analitza fou produït per la Televisió de Catalunya, TV3, amb el nom de "La vida en un xip", i es va emetre setmanalment durant els anys 1992-1994. La finalitat primordial de l'estudi és la d'esbrinar i descriure la relació existent entre les estratègies comunicatives emprades pels participants en el debat i la seva identitat sociocultural. L'anàlisi se centra en el comportament discursiu de cada un dels participants, el qual es defineix a partir de dues dimensions bàsiques: la dimensió interlocutiva (sistema de torns) i la dimensió enunciativa (organització i continguts de les contribucions verbals de cada participant).

SUMMARY

Communicative strategies and socio-cultural identities in talk shows: A sample of "La vida en un xip".

The present article is based on the analysis of an example of a *talk show*, a TV genre that has become very popular in the last few years. This type of programme develops around a debate among a series of guest participants. The programme analyzed was produced by the Catalan television network (Televisió de Catalunya, TV3) with the name of "La Vida en un Xip". The main goal of the study is to discover and describe the relationship between the communicative strategies deployed by the participants in the debate and their socio-cultural identity. The analysis focuses upon the specific discourse behaviour of each of the participants. This behaviour is analyzed taking into account two basic dimensions: interlocutive (management of the turn-taking system) and enunciative (contents and organization of the individual contributions of the participants).