

Los programas de entretenimiento, un instrumento para la comprensión

E. Snauwaert,
F. Vanoverberghe
(EHSAL, Bruselas)

En un artículo anterior [La gramática en el currículo de empresariales: selección y evaluación ¹](#) ya hemos insistido en la paradoja a la que tienen que enfrentarse nuestros estudiantes de empresariales y de ingeniería comercial: adquirir en un número bastante restringido de horas las destrezas lingüísticas más difíciles: hablar y comprender. Si en aquella ocasión ya hemos demostrado cómo tratamos de estimular la comunicación, queda por describir cómo se llega a comprender los discursos pronunciados por nativos, lo que constituye en nuestra práctica didáctica el paso más arriesgado. Como era el caso en dicho artículo nos centraremos de preferencia en el nivel de las candidaturas, o sea en estudiantes sin conocimientos previos del castellano.

1. El aspecto lúdico

Concretamente barajamos la hipótesis de que la comprensión de mensajes auténticos puede ejercerse desde un nivel cero con tal que se haga a partir del juego. A este respecto la televisión resulta ser el instrumento idóneo: es el medio que, excepción hecha de una estancia bastante duradera en España o en algún país hispanoamericano, mejor permite acercarse a un español hablado con alto grado de autenticidad. Además, dentro de la programación de TVE o de otras cadenas existe una gran variedad de concursos, de crónicas deportivas o de tertulias. Aunque uno puede menospreciar el carácter casi infantil de muchos programas de entretenimiento parece que éstos incluyen recursos valiosos para nuestros grupos meta. A condición de no confundir la forma con el contenido, podríamos decir que el fin justifica los medios: si semejante programa es capaz de captar la atención del estudiante ¿por qué no utilizarlo en la clase de lenguas?

Esta opción nos parece justificada dado que el carácter recreativo de esas emisiones simula el contexto de aprendizaje primario. De hecho, los niños aprenden jugando: el juego permite tantear el mundo que les rodea, y al mismo tiempo entrar en diálogo con los otros. Además de desarrollar destrezas intelectuales, estratégicas y psíquicas el juego apela pues sobre todo a las funciones comunicativas, lo que nos importa en primer lugar.

Aunque es posible jugar un concurso en clase ² con toda la preparación correspondiente, nosotros nos centramos en la explotación de las destrezas pasivas, que, como se ha dicho ya, constituyen todavía una laguna en nuestro programa. A este respecto, constatamos que nuestros estudiantes, además del apoyo visual evidente, sacan provecho del hecho de que el español, es la tercera e incluso la cuarta lengua que estudian. Al escuchar un discurso, como, pongamos por caso, el telediario, hasta cierta altura son capaces de trabajar hipotéticamente: a partir de los conocimientos adquiridos en otros idiomas hacen conjeturas acerca de ciertas palabras nuevas, que después pueden ser verificadas o falsificadas. Sin embargo, esta estrategia no bastará para descifrar toda (o ni siquiera la mitad de) la cadena fonética producida por un nativo.

Precisamente esos problemas de rapidez, de ritmo, que muy a menudo acaban desanimando a los estudiantes, se eluden en muchos programas de entretenimiento por el hecho de que éstos les brindan a los estudiantes un marco estereotipado -la mayoría de esos programas existen también en su lengua materna- que les inspira confianza. Otra ventaja es que, a diferencia de, por ejemplo, una película, estos programas no obligan a los estudiantes a seguir el desarrollo lineal de un argumento en progreso. Si es que pierden el hilo, pueden reanudar en el acto. A esto se opone que la lengua de un concursante o de un entrevistado es a veces problemática: no se esmeran tanto en hablar bien como los presentadores. Estos, sin embargo, suelen pronunciar de maravilla, y muchas veces, cual maestro (¡sin que seamos nosotros esta vez!) se autorrepiten. Oyendo las cosas dos veces de manera diferente el estudiante aumenta sus posibilidades de comprensión.

De esta manera, los programas de entretenimiento se convierten en un instrumento idóneo para fomentar la comprensión. No sólo permiten variar el enfoque didáctico sino que también reanudan con ciertas competencias lingüísticas. A continuación demostraremos cómo incluyen ciertos contenidos gramaticales y cómo enganchan con las destrezas comunicativas y con algunos aspectos socioculturales que resultan ser necesarios tanto en la vida diaria como en el mundo de los negocios.

2. Los contenidos lingüísticos

Para aclarar este aspecto, elaboramos el caso de las crónicas deportivas. Estas son muy útiles para abordar el estudio de los numerales que constituyen el alfabeto del buen economista y que plantean problemas de soltura hasta bien avanzado el estudio del castellano. Concretamente, en una primera clase ya se puede sumergir a los estudiantes en un ambiente español auténtico proyectándoles el resumen de un partido de fútbol. La resonancia internacional de un Barça - Real hará por un lado que los estudiantes (sobre todo la parte masculina de este público...) se sientan familiarizados con este contexto (estos duelos en la cumbre se resumen también en la televisión flamenca) y que, por otro lado, se confundan ante la avalancha de palabras desconocidas, de las que quizás ya puedan aislar algún vocablo más "universal" (balón, árbitro, final, gol, público ...)

Luego, los estudiantes se enfrentan con la tabla de resultados de la misma jornada en primera división. Mientras la voz del presentador lee los resultados (que son muy repetitivos 1-1, 2-1, 3-1... y que raras veces rebasan los 5 goles), los estudiantes rápidamente sabrán recomponer ellos mismos los números elementales de uno hasta cinco. Visto que son los alumnos mismos quienes componen la lista de los numerales, se tiene mayor garantía de que también los recuerdan mejor. En una fase siguiente, la lectura de la clasificación de los equipos (que según el número de jornadas puede contener una variación de 5 o 10 a 20, 30 puntos o más) permite pasar del estudio de las cifras elementales a las combinaciones de decenas y unidades. Las decenas pueden completarse con los resultados de baloncesto que tienen una puntuación que a menudo rebasa los cien puntos (p.ej. Estudiantes Madrid - Málaga 112-85).

Los números más complejos pueden ejercerse a partir de los números de teléfono que se presentan en la pantalla durante un debate o a partir de las sumas que se ganan en un concurso del tipo La ruleta de la fortuna. A este fin, el profesor para la imagen, deja que los estudiantes pronuncien los números -sobre todo centenares y millares- y después compara las respuestas con las palabras del presentador.

3. Las destrezas comunicativas

Con los concursos llegamos a un tipo de programa que permite ejercer algunas funciones comunicativas básicas como, para citar sólo algunas, el saludo, la presentación o la formulación de preguntas. El presentador suele saludar a los concursantes, que a su vez lo saludan. Para los estudiantes, el elemento repetitivo asegura una asimilación inmediata, a la vez que lo confronta con la existencia de las variantes. Como el material es auténtico, el profesor puede insistir en la pronunciación y la entonación de los nativos.

Junto con el saludo, la situación más frecuente en los contactos comerciales es la presentación. En los concursos esta presentación se hace bajo dos formas: la explicación del juego -un oyente que ve el programa por primera vez tiene que ser capaz de entenderlo- y la presentación de los candidatos. En el esbozo del desarrollo del juego, los presentadores se sirven de un vocabulario que les puede resultar útil a los hombres/las mujeres de negocios para abordar un discurso. Muchas veces nuestros estudiantes no saben cómo introducir una ponencia. Los giros como "pues bien", "hoy vamos a...", "quisiera recorrer con ustedes...", "en primer lugar", "en un segundo momento" apuntan constantemente en las intervenciones de los presentadores y permiten estructurar un discurso.

La presentación de los concursantes, en cuanto a ella, permite insistir en las personas gramaticales: el moderador puede presentar a los participantes en tercera persona (fulano vive en Madrid, tiene tres hijos...), en segunda persona bajo formas de preguntas (¿De dónde eres/es Vd.) o éstos se presentan a sí mismos (Vivo en...). Queda claro que esta información sólo se puede deducir a partir de las preguntas adecuadas. En la multitud de frases interrogativas intervienen casi todos los pronombres interrogativos. Así se propone a los estudiantes un modelo para formular preguntas y es posible insistir en puntos difíciles como la diferencia siempre problemática entre *dónde* - *adónde* - *de dónde*, o la entre *cuál* (*cuál de los dos tipos*) y *qué* (*qué tipo*).

Por lo general, estas conversaciones constituyen el material idóneo para observar los elementos suprasegmentales y las muletillas. Por parte del presentador abundan los elementos "pragmáticos" como "si os parece bien", "te toca a ti", "vale" "venga", "bueno". Sólo quien salpica su discurso con estas palabras sabe una lengua a fondo. En esta serie entran también los imperativos de cortesía del tipo "recuerden", "perdónenme", "fíjense". Aunque se trata de formas frecuentísimas, los estudiantes tardan en emplearlas porque no llegan a situar estas formas en el lenguaje corriente.

Los concursos también ilustran las estrategias comunicativas del mensaje negativo. Son muchas las circunstancias en las que un hombre/una mujer de negocios se ve obligado/a a decir que no o que siente algo. En un concurso, esta situación se produce cada vez que el presentador debe rechazar una respuesta incorrecta o cuando el concursante pierde puntos ya ganados (y además se queja...). Como los presentadores suelen ser muy locuaces, ofrecen muchas variantes para disculparse o para rebatir una reclamación.

Huelga decir que estas aptitudes también pueden ejercerse en otros juegos más específicos, como un concurso por teléfono, que permite acoplar las estrategias mencionadas a las exigencias de la comunicación telefónica. No sólo permite establecer una lista de frases corrientes (¡Dígame!, ¿De dónde nos llamas? Marque el...) sino que también puede enseñar a deletrear. Además, esta última particularidad está tematizada en un juego como Lingo en que los concursantes tienen que encontrar palabras deletreándolas. Quienes ya han reservado hotel por teléfono lo saben: a los hispanohablantes no les van los apellidos extranjeros. Como en el contexto comercial abundan los contactos telefónicos, es importante poder deletrear eficazmente. De este modo, estos programas

estimularán a nuestros estudiantes a que deletreen, a pesar de las similitudes entre el alfabeto español y el neerlandés o francés, con la debida meticulosidad (*el e, em e, uve, equis...*).

4. Los aspectos geopolíticos

Importa decir que tanto las crónicas deportivas como los concursos -y también los programas que aluden a las mismas estrategias como los debates o las tertulias- reanudan con aspectos de lo que en alemán se llama "Landeskunde", o sea el conocimiento de la realidad social, cultural y geográfica del país. Así, las ciudades de donde provienen los equipos de fútbol que figuran en una tabla de clasificación (para los equipos de primera división son casi todas las grandes ciudades españolas) pueden contribuir a un mejor conocimiento geográfico si los estudiantes deben situarlas en el mapa de España. Además la publicidad que circunda las manifestaciones deportivas puede enganchar con aspectos de la vida económica: las vallas que rodean el campo o los patrocinadores mencionados en las camisetas de los jugadores pueden dar a conocer algunas marcas, algunos productos españoles - Teka, Larios, Fortuna, Ducados, New Caro, atún Calvo, Ford Valencia, etc...

Una información análoga puede derivarse de las presentaciones de los participantes en un concurso o en un debate. La insistencia en la procedencia de esas personas no sólo permite explorar el territorio español sino que, además, les ofrece la oportunidad de decir algo más sobre la región, la comarca, la Comunidad Autónoma a la que pertenecen. Llama la atención el orgullo que sienten los mismos españoles por su tierra: así pueden apuntar datos que van de la producción agrícola (el vino), pasando por el clima (Galicia, Canarias...) a la riqueza del patrimonio artístico (un conciudadano famoso). Las profesiones de los invitados también pueden ser el punto de partida para recorrer los sectores económicos o para hablar de empresas importantes. Un concursante empleado de SEAT o de Iberia puede invitar a divagar sobre la economía española sin tematizarla como tal.

De este modo, estos datos bastante sencillos, sacados de un contexto familiar y lúdico echan una base para aportar o consolidar cierta terminología comercial. Así se pueden utilizar con más criterio programas como una charla sobre un tema económico o el telediario que, a pesar de referirse a acontecimientos generalmente ya conocidos por los estudiantes, tienen un vocabulario más variado. Ciertos fragmentos permiten abordar, en una etapa más avanzada, problemas de gramática más complejos -el uso del subjuntivo, los tiempos del pasado que intervienen constantemente en la narración de acontecimientos- y un vocabulario más técnico.

5. Conclusión

Como se ha podido observar, los programas populares como las crónicas deportivas o los concursos brindan unos contenidos gramaticales y permiten practicar unas formas de comunicación. Su relación con el ocio garantiza el interés de los estudiantes y su sencillez hace que se puedan utilizar en un nivel de principiantes. Su carácter "universal", finalmente, incita a los estudiantes a adivinar el sentido de las palabras desconocidas y les brinda por esas vías, unas estrategias de supervivencia en el nivel de la comprensión.

¹ Ver Romaneske, 25^o jg., nr 2. Esta contribución resume la conferencia presentada en la jornada "Interacción y creatividad" de la VUB, IBLO, Bruselas, 02/03/96

² F. Vanhemelrijk, *Faites vos jeux!*, Romaneske, 1995, 20:3, págs 37-46.