

# **La teoría de la elección racional y el habla en los noticieros canarios**

## **Introducción**

Según numerosos estudiosos la variedad canaria presenta en su sistema fonético importantes variantes fonéticas distintas al español estándar. Quizá sea la más marcada la realización del fonema /s/ en la posición implosiva y final cuya realización es parecida a otras variedades del español meridional o caribeño: realización aspirada [h] o elidida. Según los estudios de (Almeida & Díaz Alayón, 1988) los alófonos aspirados son mayoritarios en todos los estratos sociales y las elisiones llegan a formar el 17 % en los hablantes cultos. De este modo la pronunciación mayoritaria de un hablante culto de las palabras ‘las vacas’ sería [lah 'bakah] en un 17 % de los casos podría llegar a elidirse la /s/ [lah 'baka ] o incluso por completo [la 'baka].

No obstante, al analizar el discurso noticiero observamos importantes diferencias a los resultados de los estudios previamente mencionados. En nuestro estudio hemos enfocado el fonema /s/ en la posición implosiva y final y sus realizaciones en la expresión oral de seis presentadores provenientes de las islas de Tenerife y de Gran Canaria en los programas Telenoticias 1 y 2. Hemos analizado grabaciones de cinco minutos de duración por presentador y con el objetivo de conseguir la mayor exactitud se ha utilizado el programa para el análisis fonético Praat 6.0.16. Las variantes que hemos tomado en cuenta han sido la variante estándar [s], la variante aspirada [h] y la variante elidida. El discurso noticiero destaca, pues, por el empleo de la realización estándar [s] en un 53,46 % de todos los casos. La variante aspirada [h] forma un 43,57 % y las elisiones un 9,52 % de todas las realizaciones. Por consiguiente podemos hablar de un uso notablemente elevado de la realización estándar [s] en los presentadores canarios, incluso más elevado que en los hablantes cultos que prefieren la realización aspirada.

El objetivo de este trabajo, sin embargo, no es describir la pronunciación en los telediarios -ya que la muestra no es suficientemente grande para ello- sino más bien apuntar a la diferencia entre el habla culta y el habla noticiera y evaluar una de las posibles teorías para explicar este fenómeno: la teoría de la elección racional (Elster, 1986, 1991, Myers-Scotton, 1983, 1993, 1997; Myers-Scotton & Bolonyai, 2001). Y puesto que la teoría de la elección racional en la lingüística habitualmente se aplica al cambio de código, pues, procuraremos

averiguar cómo podría funcionar y si se puede aplicar al habla de los presentadores, es decir al reemplazamiento de variantes de la variedad canaria con las variantes del español estándar.

### **La teoría de la elección racional**

Al observar los resultados en el habla de los presentadores canarios hallamos, como ya hemos mencionado, grandes diferencias entre su habla y el habla culta de la región. Es decir que a pesar de que el nivel socio-económico y de educación de los presentadores es comparable con el de los individuos de la clase alta y culta encontramos diferencias entre sus hablas y es que los presentadores canarios procuran alejarse más del habla canaria, incluso de la norma culta canaria. Por lo tanto, quizá, más que el estudio de las variables sociolingüísticas nos sea útil el estudio de elección individual de los hablantes.

No one is arguing, of course, that social factors (or specific ethnographic milieux) do not impinge on choices; the point is that they do not ordain the actual choices that individual speakers make. (Myers-Scotton & Bolonyai, 2001, p. 40)

La elección individual del hablante, según las autoras, es, en este sentido una elección racional. Además, en nuestro caso hay que tener en cuenta que el uso de la lengua de los presentadores canarios puede tener una gran influencia en el desarrollo de su vida profesional. Por tanto la teoría de la elección racional se hace especialmente válida.

Speakers are rational in the sense that their choices depend largely on assessments of possible options in terms of a cost-benefit analysis that takes account of their own subjective motivations and their objective opportunities. That is, rationality means cognitively based calculations. (Myers-Scotton & Bolonyai, 2001, p. 5)

La teoría de la elección racional se muestra desde los años 70 como una teoría muy adecuada para la explicación de los comportamientos en microeconomía (Arrow, 1991; Becker, 1976) y más tarde en otras disciplinas científicas. Aunque los distintos modelos de la elección racional difieren, todos asumen que los individuos eligen la mejor acción según las funciones estables de preferencias y limitaciones con las que se encuentran. (Wei, 2016, p. 1) Según explica Elster (1991, pp. 109 - 110)

The theory of rational action [...] tells people what they should do to achieve their ends as well as possible. An agent faces a feasible set of *actions* that he can take. To each action he can attach a certain set of possible *consequences*. To each consequence he can attach a certain *probability* as well as a certain *utility*, based on his *preferences* over the set of consequences. The theory of rational action, narrowly conceived, tells the actor to choose the action with the greatest expected utility.

En el campo de lingüística ha sido Myers-Scotton y Bolonyai (2001) quienes aplicaron

la teoría al uso de la lengua explicando que los hablantes tienen cierta racionalidad que los hace calcular el uso óptimo de la lengua (Myers-Scotton, 1983, 1993, 1997, 2000, 2002; Myers-Scotton & Bolonyai, 2001). Además, las autoras proponen tres filtros por los que pasa la conciencia lingüística de un hablante que según ella juegan un rol decisivo en el uso de la lengua.

### **Los tres filtros según Myers-Scotton**

Aunque la idea de los tres filtros ha sido pronunciada y aplicada al bilingüismo por las autoras mencionadas consideramos necesario aclarar que realmente es una fusión de la teoría de la decisión racional de Elster (1991) y la teoría del código marcado presentada por Myers-Scotton (1983). Esta fusión la presentan Myers-Scotton y Bolonyai (2001) como tres filtros y debido a la inserción en forma de la teoría del código marcado la consideramos una teoría muy válida para la explicación del fenómeno que aparece en el habla de los presentadores canarios, es decir, el uso elevado de la realización estándar [s] a la hora de emitir telenoticias.

Primer filtro es formado por todo tipo de limitaciones estructurales. Según Elster se trata de todas las limitaciones físicas, psicológicas, económicas y legales con las que uno se encuentra (1991, p. 14) que influyen en el repertorio que denomina *opportunity set* cuyo equivalente en lingüística es el repertorio lingüístico del hablante (Myers-Scotton & Bolonyai, 2001, p. 13). Aplicando este primer filtro a la lengua contamos, pues, con una serie de elementos que forman parte de contexto social como la identidad social del hablante: el sexo, la clase (Myers-Scotton & Bolonyai, 2001, p. 8), el estado socioeconómico, grupo étnico, origen rural o urbano (Myers-Scotton, 1997) y, al mismo tiempo, contaremos con los elementos del contexto del habla que es el contexto noticiero en nuestro caso.

Segundo filtro, es decir la teoría del código marcado elaborada ya en el año 1983 (Myers-Scotton) aclara la teoría de las variedades marcadas y no marcadas dentro de distintas situaciones. Myers-Scotton y Bolonyai (2001) explican con el ejemplo de un hijo de la familia húngara que vive los Estados Unidos cuyo repertorio lingüístico es formado por el húngaro y el inglés. En el ámbito familiar el código no marcado del hijo es el húngaro ya que es la lengua de la comunicación entre los miembros familiares y, al contrario, el código marcado es el inglés. Por tanto, si el hijo decide utilizar el código marcado, el inglés, en el círculo familiar, ostenta su independencia frente al control de sus padres. Por consiguiente el uso del código marcado cumple una función especial que da cierto beneficio al hablante que lo elige. Además añaden que este cambio de código dentro de esta situación concreta no sería posible

si el hablante no dispusiera de un mecanismo que evalúa qué es lo marcado y lo no marcado que denominan *markedness evaluator*.

The MM<sup>1</sup> presupposes that as part of their general cognitive architecture all speakers have a markedness evaluator. This abstract component underlies the capacity to conceptualize markedness. Specifically, as a sociolinguistic construct, markedness refers to the capacity to develop the following three abilities. (i) Most important is the perception that relevant linguistic choices for a specific interaction type fall along a multidimensional continuum from more socially unmarked to more marked. (ii) In addition, speakers learn to recognize that the markedness ordering of choices is dynamic; it depends on the specific interaction type, as well as on how the individual interaction develops. (iii) Finally, speakers develop the ability to provide relevant interpretations for all choices, marked as well as unmarked, given the interaction type. (Myers-Scotton & Bolonyai, 2001, p. 8)

En el caso de la comunidad lingüística canaria consideramos la manera no marcada de realizar la /s/ la aspiración ya que es la forma típicamente canaria en todos los estratos sociales.

Unmarked choices [...] are those that are more expected, given the salience of who the participants are and of other relevant situational factors. (Myers-Scotton & Bolonyai, 2001, p. 9)

Por consiguiente, dentro de la comunidad canaria la realización estándar [s] prevalente en los presentadores es la opción marcada desde el punto de vista de los telespectadores y su uso nos lleva a pensar que los presentadores buscan ciertos beneficios a la hora de hablar debido a la elección de la variante marcada.

Tercer filtro es la decisión o elección final. Aquí los hablantes analizan ya el beneficio y el coste del comportamiento lingüístico concreto y eligen el comportamiento que mayor beneficio les atraerá de acuerdo con sus valores y deseos.

Hablando de beneficio es imprescindible contar con dos factores importantes que influyen en los hablantes canarios: mercado lingüístico y actitudes lingüísticas negativas de los canarios hacia su propia variedad. A pesar de la existencia de una pluralidad de normas lingüísticas del español en el mundo hispanohablante actual, tal como es expresado por Lope Blanch (1972, p. 40), dentro de lo que denominamos español de España sigue presente un alto grado de monopolización del prestigio de la norma castellana culta. La posición del dialecto canario en la jerarquía del prestigio lingüístico dentro del diasistema español es, en este sentido, “desgraciada” ya que va de la mano con el prestigio del Archipiélago. Como afirma Morgenthaler García (2008, pp. 41 - 43), el ser canario pierde su prestigio en comparación

---

<sup>1</sup> *Markedness Model* (la teoría del código marcado)

con el ser castellano o capitalino y las razones son -entre otras muchas- dependencia económica del exterior, tercerización de la economía, éxodo rural hacia las zonas urbanas, hacinamiento de los centros urbanos en detrimento de las tradiciones rurales, control de la propiedad por parte de extranjeros. Morera (1990, p. 129) concluye:

[E]l canario [...] siempre que tiene la más mínima oportunidad, traiciona a su grupo social e imita la norma que él considera correcta, que es, como ya hemos indicado, el español peninsular. Así nos encontramos en las Islas con numerosos locutores de radio y televisión, jóvenes que han hecho su carrera o el servicio militar en la Península, informantes de encuestas dialectales, etc. que no tienen el menor reparo en utilizar el vocabulario y la pronunciación de la norma académica.

Aunque las actitudes lingüísticas negativas se entienden hoy en día como la principal causa de imitación del dialecto estándar por hablantes de variedades de bajo prestigio, a la hora de investigar el lenguaje televisivo, entra el mercado lingüístico como un factor de variación que ha de ser tomado en consideración.

El concepto de mercado lingüístico (Alonso, 2004; Bourdieu, 1977, 1982; Bourdieu, Chamboredon, & Passeron, 2002; Bourdieu & Thompson, 1991; Grenfell, 2011) caracteriza la conducta lingüística como determinada por la relación de los hablantes con los medios de producción. Es decir, dependiendo del precio de los productos –tanto en el sistema mercantil real como en el lingüístico– el valor de sus productores sube o baja. El mercado lingüístico, por ende, implica la existencia de la conciencia del precio de la expresión lingüística, que se desprende del grado de aceptabilidad social del discurso.

Moreno Fernández (1998, p. 155), por ejemplo, menciona precisamente a los locutores de los medios entre las profesiones en las cuales tiene mucho peso la variedad estándar.

En un mercado lingüístico los hablantes que desempeñan ciertas profesiones tienden a hacer un uso normativo de la lengua, mientras que los que desempeñan otras profesiones no lo hacen, o no necesitan hacerlo, aunque ambos compartan unos mismos rasgos socioeconómicos. Piénsese, por ejemplo, en la necesidad que tiene un profesor o un locutor de un medio de comunicación de ajustarse a un modelo lingüístico prestigioso. Los hablantes, consecuentemente, ocupan diferentes lugares en el mercado, dependiendo de la necesidad que tienen de hacer un uso prestigioso de la lengua.

En tercer filtro, por todo lo anteriormente mencionado, el hablante evalúa sus deseos y elige por fin las variantes lingüísticas que ayudan a cumplir estos deseos. Y debido a que nosotros tratamos a los presentadores canarios, consideramos el tercer filtro donde el hablante busca obtener el beneficio individual como elemento fuertemente vinculado con el mercado lingüístico y las actitudes lingüísticas de estos hablantes.

## Conclusión

En este corto resumen de la teoría de la elección racional hemos visto cómo se puede utilizar la teoría de los tres filtros para analizar nuestros resultados. En esta teoría se juntan tres elementos que influyen en la expresión oral concreta de un hablante: el repertorio lingüístico del hablante y situación discursiva, la evaluación de lo marcado y no marcado y su interpretación y la evaluación de beneficio y coste de las variedades o variantes.

La diferencia entre los hablantes analizados por Myers-Scotton y Bolonyai (2001) y los presentadores canarios son los siguientes: analizan la conversación o interacción, analizan el cambio de código o enfoca el cambio entre el habla formal e informal y no prestan especial atención a la parte fonética.

A pesar de esta diferencia, sin embargo, consideramos aplicables estos tres filtros ya que los presentadores sí son hablantes cuyo repertorio lingüístico es influido por el contexto social y situacional, sí tienen un mecanismo que evalúa si la realización de la /s/ es una opción marcada o no marcada y, por último, sí tienen una motivación racional para elegir la opción marcada ya que su profesión forma una dependencia clarísima de la manera de hablar y, de acuerdo con las reglas de mercado lingüístico, optan por la elección que más beneficio laboral les atrae, es decir, la variante más prestigiosa y evitan la pronunciación típicamente canaria.

## Bibliografía

Almeida, M., & Díaz Alayón, C. (1988). *El español de Canarias*. Santa Cruz de Tenerife: Litografía A. Romero.

Alonso, L. E. (2004). Pierre Bourdieu, el lenguaje y la comunicación: del análisis de los mercados lingüísticos a la denuncia de la degradación mediática. En L. E. Alonso, E. Martín Criado, & J. L. Moreno Pestaña, *Pierre Bourdieu: las herramientas del sociólogo* (pp. 215-254). Madrid: Omagraf, S. L. Recuperado a partir de [http://books.google.com/books?hl=en&lr=&id=bZ9qY-RxvUIC&oi=fnd&pg=PA215&dq=%22000:+316-353,+ya+sea+en+las+introducciones+francesas+a+este+%C3%A1rea+de%22+%22presencia+del+concepto+de+mercado+ling%C3%BC%C3%ADstico+no+ha+dejado+as+%C3%AD+de+aumentar%22+%22in%C3%A9dita+a+la+%C3%BA+ltima+parte+del+libro+que+toma+el+muy+revelador+subt%C3%ADtulo%22+&ots=de2ca1ypsv&sig=bKAcjkm6N8\\_KHL8UvSmqG1vV-q4](http://books.google.com/books?hl=en&lr=&id=bZ9qY-RxvUIC&oi=fnd&pg=PA215&dq=%22000:+316-353,+ya+sea+en+las+introducciones+francesas+a+este+%C3%A1rea+de%22+%22presencia+del+concepto+de+mercado+ling%C3%BC%C3%ADstico+no+ha+dejado+as+%C3%AD+de+aumentar%22+%22in%C3%A9dita+a+la+%C3%BA+ltima+parte+del+libro+que+toma+el+muy+revelador+subt%C3%ADtulo%22+&ots=de2ca1ypsv&sig=bKAcjkm6N8_KHL8UvSmqG1vV-q4)

Arrow, K. J. (1991). Economic theory and the hypothesis of rationality. En J. Eatwell, M. Murray, & P. Newman, *The new Palgrave: the world of economics*. New York: Norton.

Becker, G. S. (1976). *The economic approach to human behavior*. Chicago: University of Chicago Press.

- Bourdieu, P. (1977). The economics of linguistic exchanges. *Social Science Information Social Science Information*, 16(6), 645-668.
- Bourdieu, P. (1982). *Ce que parler veut dire: l'économie des échanges linguistiques*. Paris: La librairie Arthème Fayard.
- Bourdieu, P., Chamboredon, J.-C., & Passeron, J.-C. (2002). La construcción del objeto. *El oficio del sociólogo. México, DF: Siglo XXI*, 205 – 231.
- Bourdieu, P., & Thompson, J. B. (1991). *Language and symbolic power*. Cambridge, Mass.: Harvard University Press.
- Elster, J. (1986). *Rational choice*. Washington Square, N.Y.: New York University Press.
- Elster, J. (1991). *The cement of society: a study of social order*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Grenfell, M. (2011). *Bourdieu, language and linguistics*. London; New York, N.Y.: Continuum. Recuperado a partir de <http://public.ebib.com/choice/publicfullrecord.aspx?p=655509>
- Lope Blanch, J. M. (1972). *El concepto de prestigio y la norma lingüística del español*. México: Facultad de Filosofía y Letras, Centro de Lingüística Hispánica.
- Moreno Fernández, F. (1998). *Principios de sociolingüística y sociología del lenguaje*. Barcelona: Ariel.
- Morera, M. (1990). *Lengua y colonia en Canarias* (1.ª ed.). La Laguna: Globo.
- Morgenthaler García, L. (2008). *Identidad y pluricentrismo lingüístico: hablantes canarios frente a la estandarización*. Madrid; Frankfurt am Main: Iberoamericana; Vervuert.
- Myers-Scotton, C. (1983). The negotiation of identities in conversation: A theory of markedness and code choice. *International Journal of the Sociology of Language*, (44), 115-136.
- Myers-Scotton, C. (1993). *Social motivations for codeswitching: evidence from Africa*. Oxford: Clarendon Press. Recuperado a partir de [https://books.google.cz/books?id=TqD-y\\_IF3SwC&printsec=frontcover&hl=es&source=gbg\\_summary\\_r&cad=0#v=onepage&q&f=false](https://books.google.cz/books?id=TqD-y_IF3SwC&printsec=frontcover&hl=es&source=gbg_summary_r&cad=0#v=onepage&q&f=false)
- Myers-Scotton, C. (1997). Rational actor models and social discourse analysis. En E. R. Pedro (Ed.), *Proceedings of First International Conference on Discourse Analysis, University of Lisbon, Lisbon, June 17-19, 1996* (pp. 177-190). Lisboa: Edições Colibri: APL-Portuguese Linguistics Association.
- Myers-Scotton, C. (2000). Explaining the role of norms and rationality in codeswitching. *PRAGMA Journal of Pragmatics*, 32(9), 1259-1271.
- Myers-Scotton, C. (2002). *Contact Linguistics: Bilingual Encounters and Grammatical Outcomes*. Oxford University Press.
- Myers-Scotton, C., & Bolonyai, A. (2001). Calculating speakers: Codeswitching in a rational choice model. *Language in Society*, 30(1), 1-28.
- Wei, L. (2016). Bilingual Cognitive Faculty and Pragmatic Markedness in Code-switching. *International Journal of Language and Linguistics*, 3(1), 1-11.