

RIC

JULIO-DICIEMBRE 2019

37

REVISTA IBEROAMERICANA DE COMUNICACIÓN

PUBLICACIÓN DEL DEPARTAMENTO DE COMUNICACIÓN
UNIVERSIDAD IBEROAMERICANA

Hábito, conocimiento y producción simbólica: el caso Netflix
Eliseo Colón

Niveles narrativos cinematográficos
Sergio Aguilar

A fotografia como elemento de significação em livros didáticos
João Batista Freitas Cardoso y Cristiane Mayumi Morinaga

Sentido en discursos narrativos de estudiantes de nivel medio superior
sobre el delito: caso Puebla
Elsa Chávez Álvarez

Comunicación y género: por una fenomenología de la comunicación más allá de la denuncia
Dra. Vivian Romeu y Dra. Sandra Vera

Experiencia estética y experiencia poética: la producción de sentidos
en la cultura mediatizada
Laan Mendes de Barros

Deconstrucción de la retórica liberal a favor de los derechos de las audiencias en México.
Información y libertad de expresión
Rogelio Del Prado Flores

Dispositivos, conversaciones y referencias. La tradición semiótico-discursiva
en los estudios de la comunicación
Tanius Karam Cárdenas

**REVISTA IBEROAMERICANA
DE COMUNICACIÓN**

UNIVERSIDAD IBEROAMERICANA

Mtro. David Fernández Dávalos, S. J.

Rector

Dra. Sylvia Irene Schmelkes del Valle

Vicerrectora Académico

Dr. Manuel Alejandro Guerrero Martínez

Director del Departamento de Comunicación

REVISTA IBEROAMERICANA DE COMUNICACIÓN, RIC

Dra. Vivian Leticia Romeu Aldaya

Coordinación editorial

Lic. Tatiana Diez Ferrer

Asistente Editorial

COMITÉ EDITORIAL

Dr. Jesús Alberto Cabañas Osorio / *Universidad Iberoamericana*

Dr. Fernando Juan García Masip / *Universidad Autónoma Metropolitana*

Dra. Sandra Patricia González Santos / *Universidad Iberoamericana*

Dr. Ozziel Nájera Espinoza / *Universidad Autónoma Metropolitana*

Dr. Miguel Rábago Dorbecker / *Universidad Iberoamericana*

Dra. Marta Rizo García / *Universidad Autónoma de la Ciudad de México*

Dr. Carlos Manuel Rodríguez Arechavaleta / *Universidad Iberoamericana*

Dr. Carlos Vidales González / *Universidad de Guadalajara*

Dra. Yennué Zárate Valderrama / *Universidad Iberoamericana*

COMITÉ DE REDACCIÓN

Mtro. César Alejandro Gabriel Fonseca

Mtra. Alicia Guzmán Becerril

Mtro. Víctor Manuel Harari Betancour

Mtra. Olga Rosario Avendaño

CONSEJO ASESOR INTERNACIONAL

Carlos Scolari

Departament de Comunicació, Universitat Pompeu Fabra

Lucila Vargas

University of North Carolina at Chapel Hill

Rosalía Winocur

Universidad Autónoma Metropolitana

Rosental C. Alves

School of Journalism, University of Texas

Víctor Sampedro Blanco

Universidad de Salamanca

PUBLICACIÓN DEL DEPARTAMENTO DE COMUNICACIÓN

RIC / No. 37 / julio-diciembre 2019

REVISTA IBEROAMERICANA DE COMUNICACIÓN



Cátedra UNESCO
Comunicación y
Sociedad

UNIVERSIDAD IBEROAMERICANA
MÉXICO, 2019

Vivian Romeu Aldaya
Tatiana Diez Ferrer
Cuidado de la edición

Revista Iberoamericana de Comunicación es una publicación semestral de la Universidad Iberoamericana, A.C., Ciudad de México. Prol. Paseo de la Reforma 880, Col. Lomas de Santa Fe. c.p. 01219, Ciudad de México. Tel. 5950-4000 ext 4919 y 7330.

www.ibero.mx; publica@ibero.mx.

Editor Responsable: Vivian Leticia Romeu Aldaya. Número de Certificado de Reserva al Uso Exclusivo otorgado por el Instituto Nacional del Derecho de Autor: 04-2016-050912455200-102, ISSN: 1665-1677. Número de Certificado de Licitud de Título 11831, Número de Certificado de Licitud de Contenido 8434, ambos otorgados por la Comisión Calificadora de Publicaciones y Revistas Ilustradas de la Secretaría de Gobernación. Domicilio de la Publicación: Departamento de Comunicación, Universidad Iberoamericana, A.C. Prol. Paseo de la Reforma 880, Col. Lomas de Santa Fe. c.p. 01219, Ciudad de México. Tel. 5950-4000 ext. 4941. Impresión: Diseños e impresos Sandoval. Tizapán 172, Col. Metropolitana 3a sección, Ciudad Nezahualcóyotl, Estado de México, c.p. 57750, Tel. 5793-4152. Distribución: Universidad Iberoamericana, A.C. Prol. Paseo de la Reforma 880, Col. Lomas de Santa Fe, c.p. 01219, Ciudad de México. Tel. 5950-4000 ext. 7600. Todo artículo firmado es responsabilidad de su autor. Se prohíbe la reproducción de los artículos sin consentimiento del editor. *publica@ibero.mx*

Revista Iberoamericana de Comunicación No. 37, julio-diciembre 2019, se terminó de imprimir el mes de septiembre de 2019 con un tiraje de 300 ejemplares.

Índice

- Tanius Karam* 7 Presentación
- Eliseo Colón* 15 Hábito, conocimiento y
producción simbólica: el caso
Netflix
- Sergio Aguilar* 29 Niveles narrativos
cinematográficos
- João Batista Freitas Cardoso* 55 A fotografia como elemento de
Cristiane Mayumi Morinaga significação em livros didáticos
- Elsa Chávez Álvarez* 77 Sentido en discursos narrativos de
estudiantes de nivel medio
superior sobre el delito: caso
Puebla
- Dra. Vivian Romeu* 97 Comunicación y género: por una
Dra. Sandra Vera fenomenología de la
comunicación más allá de la
denuncia
- Laan Mendes de Barros* 131 Experiencia estética y experiencia
poética: la producción de sentidos
en la cultura mediatizada

Rogelio Del Prado Flores 149 Deconstrucción de la retórica liberal a favor de los derechos de las audiencias en México. Información y libertad de expresión

RESEÑA

Tanius Karam Cárdenas 181 Dispositivos, conversaciones y referencias. La tradición semiótico-discursiva en los estudios de la comunicación

LOS AUTORES

Coordinación editorial 235 Las y los autores de este número

MENSAJES

Coordinación editorial 241 Lineamientos y normas generales para la recepción de originales

Presentación

La convocatoria original de este número de la Revista Iberoamericana de Comunicación tiene su origen en las actividades del Grupo de Trabajo (GT) N° 14 “Discurso y Comunicación” de la Asociación Latinoamericana de Investigadores de la Comunicación, que recién cumplió 40 años. Sin ser éste el único espacio, sin duda, es uno de los más importantes en cuanto a la historia específica del campo académico de la región, así como de su agenda. Sus más de 20 grupos de trabajo dan cuenta sin duda de los objetos, métodos y asuntos que han preocupado a las escuelas, institutos, facultades y centros de investigación de la región.

En particular el GT14 en su pasada reunión del 1 de agosto de 2018 en Costa Rica actualizó y ajustó el objetivo del grupo, lo que de alguna manera explica también el contenido de los trabajos que aquí se van a encontrar:

Los estudios de los discursos y de la producción de sentidos presentes en los procesos de creación, circulación y consumo en las prácticas comunicacionales, desde diferentes enfoques teórico-metodológicos, caracterizan el alcance de este Grupo de Trabajo. Los objetivos del GT son: promover el conocimiento y dar a conocer investigaciones que aborden distintos aspectos vinculados a la estructura, uso y manejo del lenguaje en los procesos comunicativos (medios masivos, nuevas tecnologías, comunicación interpersonal, prácticas culturales). Así mismo relacionar las dimensiones epistemológicas, teóricas, metodológicas

que existen en la producción científica y académica de la comunicación relacionada con los estudios del discurso, los estudios semióticos.

El grupo desea difundir trabajos que se basan en el estudio de los lenguajes, de la producción de sentidos, los discursos, las narrativas, las experiencias estéticas mediatizadas, los intercambios verbales y no verbales, los sistemas sígnicos y los procesos semiósicos. El GT quiere promover el estudio y la discusión que utilizan o aplican teorías y métodos pertinentes a los estudios del discurso, los estudios semánticos, hermenéuticos y fenomenológicos dentro del campo de la comunicación.

8 Si bien el nombre del grupo alude a la presencia de los estudios del discurso dentro de la comunicación, ésta es una de las tradiciones que el campo de la comunicación ha considerado en su trabajo, no la única; en realidad el estado actual de la investigación ya no soporta una concepción aislada y segmentada de las tradiciones, éstas se imbrican e interconectan, se alimentan y fortalecen en un ensamblaje de herramientas teóricas y analíticas difícilmente separables, como el caso de la hermenéutica y el análisis del discurso, la semiótica o la pragmática. Tal vez pueda parecer innecesario establecer barreras o divisiones, éstas son útiles sólo cuando se delimitan y cumplen una función explicativa. Si entre los años 60 y 80 del siglo xx la idea del “discurso” era asumida por la corriente estructuralista que tenía la hegemonía como paradigma explicativo en los estudios de comunicación, con su superación se abren otras herramientas. La misma semiótica, que es otra disciplina fundamental en los estudios de la comunicación, superó en los años 70 el hermetismo del mensaje verbal y los códigos lingüísticos para abrirse a otras herramientas, y combinarlas entre sí.

Dentro de los objetivos de estudio en la tradición discursiva, sin duda una de las primeras tradiciones fue el mensaje de los medios masivos, sus relatos y el contenido ideológico del discurso político. Desde el Roland Barthes pre-estructuralista se encontraba la consideración más amplia de la cultura, las prácticas de la vida cotidiana

como objetos también a los que el analista tenía que abocarse en la comprensión de los procesos de significación de la vida social, que recuerda la tradicional definición de la semiología saussureana “ciencia de los signos en el seno de la vida social”. Esta preocupación por los códigos, la significación, los mecanismos de operación de la lengua o las imágenes en los mensajes de los medios masivos fue sin duda central, no única; pero ahí radicó una de las contribuciones que desde la filosofía, la lingüística, el psicoanálisis, la antropología hicieron vía la semiología francófona y la semiótica anglosajona, principalmente a los estudios de comunicación.

Con el arribo de los Estudios Culturales la comunicación, sobre todo durante los años 80, superó el imperio estrecho de los medios y sus mensajes, para dar cabida no sólo a otros objetos, sino a otros métodos. La tradición francesa y la británica, vía de manera particular la obra de Stuart Hall, comenzaron a dialogar y ello redundó en un enriquecimiento de enfoques. En la comunicación académica mexicana hay ejemplos de cómo se integraron los estudios de la significación al de prácticas culturales más amplias, como el trabajo de Rossana Reguillo sobre los usos comunicativos de los chavos-banda (*Cfr. En la calle otra vez: las bandas: identidad urbana y usos de la comunicación*, 1991) o el trabajo de Carmen de la Peza sobre el bolero (*Cfr. El bolero y la educación sentimental en México*, 2001) por señalar algunos. Los Estudios Culturales facilitaron un uso más cualitativo de la semiótica que les vinculaba con el análisis lingüístico o la semiótica lógica, pero vía esta tradición actualizada, los *Cultural Studies*, desde los estudios literarios permitió que preguntas, temas, asuntos sobre mensajes y códigos de grupos sociales enriquecieran el objeto comunicativo, además con una desestigmatización paulatina de las metodologías y epistemologías.

En los años 90, con el arribo de las nuevas tecnologías de información (TIC), así como en los 80 los Estudios Culturales, supusieron una refundación de los estudios comunicativos; se vuelve a verificar un acontecimiento parecido con las nuevas tecnologías. Cuando el campo de reflexión seguía procesando la dimensión cultural, la pau-

latina popularización de las TIC's interpelaron los objetos de estudio. Por otra parte, los estudios del discurso se institucionalizaban en América Latina con la fundación de la Asociación Latinoamericana de los Estudios del Discurso (ALED) a mediados de los años 90, y la semiótica —que había comenzado su institucionalización desde finales de los 60— organizaban sus objetos y métodos, y en el caso de la semiótica aparte de recuperar tradiciones menos exploradas como la rusa (Yuri Lotman y su famosa “Escuela de Tartu”), también replanteaba elementos de su paradigma como el texto de Paolo Fabri (*Cfr. El giro semiótico*, 2001) que ya acusaba la necesidad de renovar y tomar distancia de los paradigmas fundacionales de la semiótica contemporánea.

10

De alguna manera, toda esta historia se puede resumir en algunos de los textos que ahora el lector tiene oportunidad de revisar, y donde lo primero que se puede confirmar, lo evidente, es la diversidad de enfoques para dar cuenta de los procesos de significación y sentidos en prácticas de comunicación, tanto la convencional de los medios de comunicación ahora insertos en la ecología más amplia de las nuevas tecnologías y plataformas de contenido, como otras. En ese sentido el primer trabajo de la colección no puede ser más claro, escrito por una de las referencias ineludibles de los estudios semióticos y discursivos en América Latina, con una larguísima experiencia, además de haber sido él mismo el fundador y promotor del GT14 de ALAIC. El profesor puertorriqueño Eliseo Colón, siempre actual en sus enfoques, nos presenta una parte de su investigación sobre lo que es una socio-semiótica de la principal plataforma de transmisión de contenidos por Internet, Netflix, actor descomunal que ha despuntado como uno de los principales actores en la producción audiovisual, sin quien, aún ahora, le detente el puesto que ocupa. Ello hace interesante el trabajo de Colón respecto a desmitificar el “algoritmo de recomendación” a través de algunos conceptos y categorías sobre el pensamiento y el lenguaje que han sido elaborados por Charles Sanders Peirce (1955b) en su teorización sobre la ley de la mente. Este enfoque, a partir del famoso filósofo

norteamericano, es sin duda un aporte y nos muestra las posibilidades de la semiótica como instrumento analítico en la comprensión más compleja de las prácticas comunicativas y de los procesos cognitivos e interpretativos.

Otro texto que guía y presenta la preocupación teórica por el estudio de nuevos dispositivos es el trabajo del joven investigador Sergio Aguilar quien lleva varios años estudiando los documentales, y dentro de ellos una especie poco analizada como son los “falsos documentales”. A partir de la reflexión teórica sobre el discurso cinematográfico, lleva su discusión, sus niveles y su modelo para un estudio aparte del cine documental, el de los videojuegos y las narrativas transmedia que van entrando con lentitud a los estudios académicos de comunicación, sobre todo si tomamos en cuenta su importancia cultural, social y comercial.

En el dossier tenemos, además, dos trabajos producidos por profesores brasileños. Este país se ha caracterizado por una gran producción y no resulta casual el liderazgo de su presencia. Por desgracia, en el mundo hispanoamericano no siempre su conocimiento está a la altura de su alcance. El primero de los trabajos fue realizado por los profesores brasileños João Batista Freitas Cardoso —quien durante varios años fue también coordinador continente del GT14 de ALAIC— y Cristiane Mayumi Morinaga. En este trabajo los autores discuten los cambios en el uso de fotografías en libros didácticos; para ello estudian las transformaciones en la legislación sobre derechos de autor y el derecho de uso de imagen, la creación de los parámetros curriculares nacionales y las consecuentes alteraciones en los criterios de aprobaciones de libros didácticos del Gobierno brasileño. Usan como base, de nuevo, el enorme instrumental que se puede tomar de Charles Sanders Peirce, y a nivel empírico realizan el análisis de tres fotografías de diferentes períodos.

El segundo de estos trabajos está escrito por uno de los actuales coordinadores del GT14, Laan Mendes de Barros, quien retoma igualmente una reflexión sobre el arte y la producción de sentido a partir de la importancia sobre la significación que ha adquirido en los es-

tudios del discurso la Hermenéutica y en concreto las relecturas de Mikel Dufrenne y la “Estética de la Recepción” de la famosa Escuela de Konstanz.

12 Otro ejemplo de la actualidad de la contribución que los métodos usados por los estudios semióticos y discursivos pueden hacer lo muestra el texto de la Mtra. Chávez, quien ha trabajado el tratamiento que la prensa de su ciudad y región ha hecho sobre el robo de combustible, que en los primeros días de 2019 ha tenido asolado a varias ciudades con importante desabasto de gasolina. A un nivel más amplio dicho robo (que se conoce en la jerga periodística como “huachicol”) permite un reajuste a los discursos mediáticos sobre el crimen organizado que en los últimos 10 años, al menos para el caso mexicano, estuvo focalizado en el narcotráfico y que con la crisis parece que ese lamentable lugar será ocupado por el robo de combustibles. Para ver cómo esos discursos se insertan en los esquemas interpretativos de la sociedad Chávez refiere una doble operación: analiza el discurso de estudiantes de preparatoria en su provincia, pues son jóvenes que han estado cercanos al problema llamado “huachicol”, y a partir de aplicar el clásico enfoque de Algirdas J. Greimas describe algunos de los sentidos que para estos jóvenes tiene el robo de hidrocarburos.

Es común que haya esa preocupación filosófica, como ya lo mencionamos a propósito del texto del profesor Mendes de Barros. En esa línea quizá podemos ubicar el trabajo de las doctoras Romeu (quien también ha estudiado durante años el estatuto semiótico de la recepción estética) y Vera. Ellas acuden a la semiótica filosófica para interrogar también uno de los objetos que se popularizaron en los estudios comunicativos a partir de los *Cultural Studies*: el género. Su pregunta general y contundente deja ver en su propio planteamiento el interés del tema, y del nivel lógico que despliegan, ¿cómo surge y cómo se puede combatir el problema de género desde la comunicación? Para ello parten de una concepción fenomenológica de la comunicación (presente en la semiótica) que posibilita comprenderla no como un hecho dado sino como algo en construcción, a partir de la constante relación de los sujetos con

el mundo que les rodea y que los provee de experiencias que son las que configuran su expresión comunicativa.

Por su parte, el texto de Rogelio del Prado puede igualmente acercarnos a las posibilidades de la semiótica filosófica sin perder de vista uno de los temas de mayor interés a quienes siguen la agenda de medios públicos, legislación de los medios y fundamentación del ejercicio ético de la comunicación. En su trabajo el Dr. Del Prado, filósofo pero con muchos años de trabajo en centro de investigación en comunicación, aborda el debate sobre un tema fundamental: los derechos de las audiencias; para ello parte de la importante tradición de la retórica y el enfoque liberal para recuperar el sentido de la libertad de expresión desde las diferentes reformas constitucionales en México y a partir de ahí analiza argumentativamente los razonamientos de los diferentes organismos internacionales que defienden el derecho a la información.

13

El dossier cierra con el trabajo de Karam que actualiza un primer ejercicio hecho casi 15 años y que supuso preguntar sobre el estado de los estudios semióticos y discursivos en la comunicación académica mexicana. Karam quiere delinear una historia de la tradición semiótica-lingüística-discursiva en los estudios académicos mexicanos de la comunicación. Entre los métodos que usa están el análisis documental, bibliográfico y genealógico los cuales permiten rastrear algunas ideas a través de revisar manuales, programas de estudio, bases de datos. Al final del texto propone ocho líneas de discusión como “espacio de condensación” en el debate más amplio entre las ciencias del lenguaje, los estudios semiótico-discursivos y los estudios de comunicación.

De esta manera deseamos que el presente dossier ofrezca no sólo una mirada específica sobre la contribución de los estudios semióticos-discursivos a los objetos de la comunicación académica, sino que deje ver agendas, temas pendientes y retos intelectuales como lo ilustran algunos de los trabajos. Así mismo, el dossier quiere presentarse como una invitación a seguir conversando dentro y fuera del GT14 de ALAIC la producción del sentido en la sociedad contemporánea y afrontar con creatividad los retos culturales del siglo XXI. Sigue siendo válido aquella

invitación que hacía el famoso sociólogo español Jesús Ibáñez y que ahora retomamos en su sentido cibernético, pero también fenomenológico y semiótico: “hagamos que nuestro mundo sea más complejo”, que no quiere decir “enredarlo”, sino justo lo contrario, desanudarlo, hacerlo más comprensible e interconectado, lo que si bien parece algo “natural” vía las nuevas tecnologías, supone también tener en cuenta que éstas no siempre dan la racionalidad y socialidad que solamente el diálogo, la reflexión crítica y analítica pueden proveer.

TANIUS KARAM
Coordinación GTI4 ALAIC

Hábito, conocimiento y producción simbólica: el caso Netflix

Eliseo Colón

RESUMEN

Este trabajo proporciona un acercamiento al algoritmo de recomendaciones de Netflix a través de algunos conceptos y categorías sobre el pensamiento y el lenguaje que han sido elaborados por Charles Sanders Peirce (1955b) en su teorización sobre la ley de la mente. Trabajo sobre la hipótesis de que categorías desarrolladas por Peirce para examinar la ley general de la acción mental, tales como hábito y generalización, pasado-futuro e insistencia, e interpretante lógico ayudan a estudiar y analizar los procesos de producción, distribución y consumo en estos tiempos neoliberales de la llamada economía del conocimiento, me sirven de engranaje para aproximarme a la empresa Netflix y a su algoritmo de predicción, recomendación y mediación. Netflix promueve el consumo audiovisual y su algoritmo tiene un papel importante para la mediación simbólica en los mercados globales, en este caso la producción simbólica de lo latino. Divido mi presentación en dos partes. La primera problematiza a Netflix como objeto de estudio de la semiótica, en concreto como el sistema de transmisión de conocimiento descrito por Ferruccio Rossi-Landi (1976); la segunda se detiene en presentar algunos de los mecanismos utilizados por Netflix para la construcción simbólica, al tomar como estudio de caso su construcción cultural de lo latino.

Palabras clave: Netflix, lenguaje, Peirce, hábito, producción simbólica.

ABSTRACT

This paper provides an approach to the Netflix recommendation algorithm through some concepts and categories about thought and language that have been elaborated by Charles Sanders Peirce (1955b) in his theorization about the law of the mind. Work on the hypothesis that categories

15

developed by Peirce to examine the general law of mental action such as habit and generalization, past–future and insistence, and logical interpretant help to study and analyze the processes of production, distribution and consumption in these times Neoliberals of the so-called knowledge economy serve as gear to approach the company Netflix and its algorithm of prediction, recommendation and mediation. Netflix promotes audiovisual consumption and its algorithm plays an important role for symbolic mediation in global markets, in this case the symbolic production of Latin. I divide my presentation in two parts. The first problematizes Netflix as an object of study of semiotics, specifically as the knowledge transmission system described by Ferruccio Rossi-Landi (1976); the second one stops to present some of the mechanisms used by Netflix for symbolic construction, taking as a case study its cultural construction of the Latin.

Keywords: Netflix, language, Peirce, habit, symbolic production.

NETFLIX: ENTRE CONOCIMIENTO, HÁBITO Y PRODUCCIÓN SIMBÓLICA

Como empresa de distribución y circulación de contenidos audiovisuales Netflix era, hasta hace poco, más un objeto de estudio de la economía política de la comunicación que de la semiótica. La historia de la empresa es muy corta pero con grandes éxitos financieros, tecnológicos y culturales. Netflix comenzó a operar en Estados Unidos en abril de 1998 como empresa de alquiler de películas por correo en formato DVD a través de un servicio de suscripción (Keating, 2012). La biblioteca de servicios y contenido de Netflix creció de manera constante a medida que el formato de DVD y los reproductores se hicieron populares entre los consumidores y los estudios de producción (Keating, 2012). En 2007, Netflix introdujo la visualización instantánea de algunas películas y series de televisión a través de “streaming” por Internet, al aprovechar la moda de consumo audiovisual creada por YouTube en 2005. El servicio por Internet se popularizó de tal forma que impulsó a la compañía a aumentar sus ofertas de contenido audiovisual y hacer que estuviera disponible en una gama

de dispositivos electrónicos más allá de las computadoras y los portátiles (Keating, 2012).

Al añadir a la distribución de contenidos la producción y promoción de consumo cultural, Netflix dejó de ser tema exclusivo de la economía política de la comunicación y pasó a convertirse en tema de la semiótica. Las operaciones de construcción de sentido y producción simbólica de Netflix lo convierten en una de las manifestaciones del sistema informático descrito por Feruccio Rossi-Landi (1976). Rossi-Landi anticipó la llegada de unos sistemas informáticos que funcionarían estableciendo redes de relaciones supraindividuales entre humanos y computadoras, y cuya transmisión e intercambio de conocimientos condicionan la formación individual de la mente humana y el cerebro de la computadora, a la vez que desaparece la frontera entre ambos (Rossi-Landi, 1976, p. 135). Con Netflix estamos ante este tipo de sistema informático de interrelación entre humanos y máquinas que se logra mediante la imbricación supraindividual entre producción y consumo. Netflix logró este encadenamiento en el momento en que el entorno de su realidad virtual comenzó a funcionar prediciendo las opciones comunicativas de sus usuarios. El impacto que tiene su algoritmo de predicción de gustos en la audiencia corresponde a la producción algorítmica contemporánea que determina la estructura de los procesos sociales y conforma la producción simbólica de gran parte de la población y que ha sido llamada sociedad del conocimiento o capitalismo cognitivo. Desde la óptica de los conceptos esbozados por Peirce y Rossi-Landi, nos encontramos frente a un complejo sistema de producción de conocimiento propios de un capitalismo “donde lo cognitivo se impone de forma creciente ya que es donde se puede materializar el máximo valor” (Moulier Boutang, 2012, p. 174) y a partir de lo cual las nuevas estructuras de organización del trabajo y las relaciones laborales se definen como cultura de la convergencia.

Como sistema de recomendación que produce redes de cognición humana, Netflix comenzó su portal de Internet con un algoritmo que ofrecía películas a sus clientes basándose en el nivel de popularidad pro-

porcionado por los propios usuarios. La importancia de predecir gustos con precisión para hacer las recomendaciones era tan importante para la empresa que, en 2006, ofreció un premio de un millón de dólares para el primer algoritmo que pudiera superar en un 10% su sistema *CineMatch* de recomendaciones. En 2009 el equipo de investigadores Bellkor's Pragmatic Chaos ganó el premio al combinar varios algoritmos desarrollados de forma independiente (Leskovec, J., Raharaman, A., & Ullman, J.D., 2012). El algoritmo *CineMatch* recomendaba las películas utilizando el perfil provisto por la base de datos de películas en Internet, IMDb y el perfil del usuario que se obtiene al medir la frecuencia de aparición de los elementos que tienen en común los ítems que él mismo selecciona.

18

Podemos argumentar que el nuevo algoritmo presentado por Bellkor's Pragmatic Chaos se asienta en una extensión de narrativas con capacidad de expansión en su diseño y producción para generar experiencias de vida en el usuario y promover “la mercantilización de los usuarios y sus datos” (Fuchs, 2012, p. 139), con la consecuente explotación del llamado *prosumer* inscrito en la cultura de la convergencia del Internet como mercancía. Mi argumento se basa en que para el desarrollo del nuevo algoritmo fue clave la incorporación como variable numérica el tiempo que transcurre entre el momento en que un usuario ve un audiovisual y lo clasifica (Leskovec, J. et. al., 2012), algo que ningún otro algoritmo de recomendación había hecho. El algoritmo del Bellkor's Pragmatic Chaos codificó el intercambio mental o de conocimiento entre Netflix y sus usuarios. Este intercambio resulta de la continua conexión de los suscriptores con el complejo sistema de signos que logró la lógica espacio temporal del algoritmo desarrollado por el equipo ganador. Con el nuevo algoritmo, no importa si el usuario clasifica o no el audiovisual. Como consumidor queda ya adherido a un proceso de semiosis cuya consecución es el hábito o como lo llama Peirce, aquella especialización de la ley de la mente por la que una idea general obtiene el poder de suscitar reacciones (Peirce, 1955b). Es decir, el usuario de la plataforma decide ver o no ver el audiovisual. Sin

embargo, Netflix como sistema de cognición que identifica y fusiona la mente humana de sus usuarios con la de su red de computadoras, gestiona las interacciones de sus suscriptores en su red, tal como ocurre en otras redes sociales como Facebook, reproduciendo el principio lógico desarrollado por Peirce. Para el filósofo estadounidense, todo principio lógico, considerado en tanto que aserción, enuncia una regla de inferencia cuya forma de investigación lógica opera sobre formas silogísticas y tiene como objetivo enunciar principios lógicos. Este tipo de evolución dinámica de la aserción como principio lógico algorítmico Peirce lo describe mediante categorías que apuntan hacia un sentido evolutivo aleatorio de un proceso triádico no lineal regido por el azar, la necesidad, y hábito (Peirce, 1968, pp. 35-35). Es decir, con Netflix nos encontramos ante un sistema de metadatos cuyo algoritmo de recomendación y construcción del universo simbólico del llamado *prosumer* responde al principio lógico algorítmico de Peirce. El hábito del usuario–consumidor es parte de esa cadena evolutiva no lineal que apunta hacia el gusto o hacia el proceso de semiosis de una estética de consumo regida por el azar y la necesidad.

19

LA SEDA DE *MARCO POLO* SE CONVIERTE
EN LA NIEVE DE *NARCOS*

Un acontecimiento mediático durante las primeras semanas del mes de diciembre de 2016 colocó a Netflix y su construcción de imaginarios de lo latino en el ojo de una controversia político-publicitaria entre Colombia y España. La transnacional instaló una gigantesca promoción de su serie *Narcos* en la turística Puerta del Sol de Madrid. La valla publicitaria se coronaba con el icono luminoso de una de las muchas construcciones simbólicas de las españolidades, el anuncio del Jerez Tío Pepe, sol de Andalucía. Debajo de este Tío Pepe aparecía el rostro del actor brasileño Wagner Moura, quien interpreta al personaje Pablo Escobar en la serie.

En términos denotativos, el rostro del actor está colocado de tal forma que aparenta enunciar la interjección: “Oh, blanca Navidad”. La sorpresa denotada gramaticalmente por el enunciado, como en el globo de un cómic, tiene la función de relevo y refuerza la imagen del enunciador, el personaje Pablo Escobar, cuyo posicionamiento y mirada hacia la plaza son los del colombiano sorprendido por ver la nieve en pleno centro de la ciudad. Un colombiano estaría acostumbrado a observar la nieve en las altas montañas del páramo y en los glaciales andinos, pero no en el centro de las grandes ciudades. Desde esta perspectiva, el enunciado de asombro es el correcto.

20

Sin embargo, el gobierno colombiano prefirió colocarse en el espacio de la connotación y otorgó al enunciado el significado que, mediante un neologismo de sentido metafórico doble, sustituye la nieve de la metáfora *blanca Navidad* por cocaína en Navidad. En el léxico de las drogas, los significantes nieves y Blanca Nieves se utilizan para nombrar la cocaína. El gobierno de Colombia convirtió el enunciado de asombro en una sinestesia sobre el consumo de la cocaína y, a través de su embajador en España, solicitó a la alcaldesa de Madrid la remoción del cartel. La petición fue denegada por las autoridades del ayuntamiento de Madrid ya que no violaba ninguna normativa vigente.

Más allá de la pugna por los significados entre el gobierno de Colombia, el ayuntamiento de Madrid y la empresa Netflix, la valla publicitaria para la promoción de *Narcos* en la turística Puerta del Sol de Madrid reforzó los imaginarios que construyen de forma simbólica lo latino dentro de los mecanismos de globalización publicitaria de la empresa en uno de los espacios geográficos donde se construyen los sentidos y significaciones de lo latino, en España. Muy bien podría estar en cualquiera de los otros espacios geográficos donde se viven, construyen, negocian y elaboran estos sentidos y significaciones que conforman lo latino: Estados Unidos, Inglaterra, Francia, Italia y la propia América Latina. Desde la semiótica de la cultura, para Netflix lo latino funcionaría como un mecanismo de producción textual que opera mediante la tensión existente entre tres territorios. El primero

es el de los espacios geográficos como Estados Unidos y Europa donde las comunidades culturales denominadas latinas se construyen, viven e interpretan a sí mismas, a la vez que están situadas en el exterior de la cultura hegemónica. En segundo lugar, están las geografías latinoamericanas donde lo latino se organiza y se construye como una cultura imaginaria que se proyecta alrededor del modelo de circulación cultural de la globalización, en su sentido neoliberal, de comunidades transnacionales de mercados y consumidores, y se articula a través de un repertorio de signos clasificados como constitutivos de unos gustos, unas estéticas y unas narrativas que el mercado convierte y define como latinas (Colón Zayas, 2009). La tercera área comprende aquellas regiones donde el mercado y los consumidores construyen la cultura latina como algo exótico y foráneo. La construcción de imaginarios latinos para la exportación global de Netflix se sitúa dentro de las dos primeras geografías. La producción y los productores de *Sense8*, *The Get Down* y *One day at a time* se encuentran dentro de las lógicas culturales de la primera área geográfica, la de los Estados Unidos, donde la cultura latina se encuentra fuera de la cultura hegemónica. Mientras tanto, la producción del *Club de Cuervos*, *3%*, *Narcos* e *Ingobernable* se encuentra en la segunda región geográfica, donde la cultura latina se proyecta como una comunidad transnacional dirigida a los mercados y consumidores mundiales. Vale la pena mencionar que después de dos temporadas, en junio de 2017, Netflix canceló *Sense8* y *The Get Down*.

21

Recordemos a Lotman cuando dice que, al analizar la interacción global de un texto, lo que interesa es el [...] por qué y en qué condiciones en determinadas situaciones culturales un texto ajeno se hace necesario. [...] cuándo y en qué condiciones un texto “ajeno” es necesario para el desarrollo creador del “propio” o (lo que es lo mismo) el contacto con otro “yo” constituye una condición necesaria del desarrollo de “mi” conciencia (Lotman, 1996, p. 64). Lo latino como un mecanismo de producción textual se hizo necesario para el algoritmo Netflix en septiembre 2011 cuando comenzó a transmitir sus contenidos por

Internet a América Latina y el Caribe. Sin embargo, no es hasta 2014 cuando Netflix se propone construir un imperio global que se dieron las situaciones necesarias para un texto ajeno como lo latino se hiciera necesario. En 2010 Netflix había comenzado su servicio de streaming por Internet en Canadá, en 2011 en América Latina y el Caribe, en enero de 2012 en el Reino Unido e Irlanda, en octubre de 2012 en Dinamarca, Finlandia, Noruega y Suecia, en septiembre de 2014 en Francia, Alemania, Austria, Suiza, Bélgica y Luxemburgo, en marzo 2015 en Australia y Nueva Zelanda, en octubre 2015 España, Italia y Portugal, y, para finalizar, en enero de 2016 entró a 130 países, incluyendo Corea del Sur, Singapur, Hong Kong, Taiwán e India.

22

Después del éxito de *House of Cards* en febrero de 2013 y que continuó con *Orange is the New Black* en julio de 2013, Netflix comenzó a emitir la serie Marco Polo en diciembre de 2014. La serie histórica en torno al personaje veneciano en la corte del emperador de Mongolia fue la producción que Netflix quiso utilizar como modelo para desarrollar estrategias para la expansión global de la compañía (Steel, 2014). Sin embargo, *Marco Polo* fue un fracaso, Netflix la canceló en diciembre de 2016 después de dos temporadas, igual que había ocurrido con tres producciones anteriores: *Lilyhammer* (2012-2014), *Hemlock Grove* (2013-2015) y *Bloodline* (2015-2017).

En términos semióticos, para el año 2014, la narrativa histórica de *Marco Polo* con su melodrama de acción se había convertido en un cliché global audiovisual a través de producciones como, por ejemplo, *The Tudors* de la BBC-Showtime y la película *Crouching Tiger, Hidden Dragon* de Ang Lee (Cruz, 2014). Al comentar acerca del fracaso de *Marco Polo*, la crítica de la revista *The Atlantic*, Lenika Cruz, dijo: “Netflix está tratando de atraer a una audiencia más global, por lo que su elección de un tema histórico era estratégica desde el punto de vista de la empresa, pero un gran presupuesto, grandes esperanzas y buenas intenciones no fueron suficientes para mantener el interés del público en un protagonista aburrido y, según muchos críticos y espectadores, una historia floja.” (Cruz, 2014).

Desde la perspectiva de la semiótica de cultura, para 2015, el avance creativo de Netflix, para lograr una narrativa global de éxito, se basó en lo que Lotman (1976) llama el uso de un texto ajeno que se hace necesario para el desarrollo del propio. Por ejemplo, *Orange is the New Black* había desarrollado una narrativa alrededor de personajes complejos que no eran el prototipo estadounidense de White Anglo Saxon. Por su parte, *Marco Polo* rompió con algunos estereotipos en su retrato de los asiáticos (Cruz, 2014). Encaminados en la búsqueda de una narrativa global, el discurso y las narrativas latinas las cuales ya habían demostrado su éxito en una de las industrias culturales neoliberales más importantes globalmente, la industria discográfica, se volvieron importantes para el desarrollo creativo de las estrategias empresariales de Netflix en su expansión de un imperio audiovisual mundial.

23

El gusto por las narrativas y los discursos latinos había sido una tendencia mundial en la industria de la música desde los años 90 (Yudice, 2002). En televisión, poco después de su emisión entre 1999-2001, la telenovela colombiana *Yo soy Betty, la fea* se convirtió en el primer éxito mundial de narrativa audiovisual latina del siglo XXI, al conseguir que fuera doblada, subtitulada o adaptada en más de veinte países alrededor del mundo. El 28 de agosto de 2015 Netflix comenzó a transmitir *Narcos*, cuyo éxito Ted Sarandos, director general de Netflix, ha señalado como superior al de la serie de HBO *Juego de Tronos*, a la vez que la presenta como el modelo de lo que constituye una serie global (Gardner, 2015). En términos de la semiótica de la cultura el éxito narrativo de *Narcos* se debe al balance que establece en términos de la estructura interna de su narrativa que permite su disfrute en los lugares donde se construyen, viven e interpretan a sí mismas las comunidades latinas, en aquellos territorios donde lo latino se organiza y se construye como una cultura imaginaria que se proyecta alrededor del modelo de circulación cultural de la globalización, y en las comunidades de mercados y consumidores donde lo latino es algo ajeno pero exótico, como en Alemania donde su éxito ha sobrepasado a todas las otras series de Netflix (The Economist, 2017).

En términos de su estructura narrativa, *Narcos* narra la historia de Steve Murphy, el agente del FBI que viaja con sus esposa y bebé a Colombia a luchar contra el narcotráfico y el narcotraficante Pablo Escobar. Murphy es el narrador y es a través de él que conocemos las hazañas de Escobar. Murphy es el típico estadounidense con estudios universitarios. Ha leído a García Márquez y se vale de las metáforas del realismo mágico aprendidas en sus clases de literatura para describir a Escobar y la vida en Colombia. Filmada en Colombia y con un actor brasileño, Wagner Moura, como Pablo Escobar, el equipo de producción de directores y guionistas compuesto por Chris Brancato, Eric Newman, Carlo Bernard, Doug Miro y José Padilha desarrollan una narrativa latina donde, al parecer, el ochenta y cinco por ciento de los diálogos son en español y quince por ciento en inglés.

Por otro lado, al comentar sobre el segundo éxito global, latino, de Netflix, *Ingovernable*, lanzado el 24 de marzo de 2017, el crítico de *The Economist* escribe la siguiente nota.

Now it seems that media firms are more willing to serve up foreign titles to their audiences. Scandinavian series such as “The Killing” and “Borgen” had British audiences hooked. Then, in 2015, Netflix took a bold step with “Narcos”, a drama about the life and death of Pablo Escobar, a Colombian drug lord. Though the story was told through the voice of an American agent of the Drug Enforcement Administration, most of the dialogue was in Spanish. Audiences in the United States and Latin America alike lapped it up.

“Ingovernable” feels more authentically Latin American than “Narcos”. It is shot and produced in Mexico City, by a Mexican firm that has made a string of successful telenovela soap operas. English-speaking audiences may find it a touch melodramatic, at least to begin with: the pilot episode features the first couple having a very impassioned argument as lightning crackles absurdly in the background. But the plot races along and by the third episode this reviewer was rather enjoying it (*The Economist*, 2017).

Las críticas de *Ingobernable* en los medios de comunicación han sido tan excelentes como las de *Narcos*. Esto llevó a Netflix a confirmar la segunda temporada de la serie. Este éxito se debe en parte a su estructura de telenovela. El uso continuo del recurso retórico de la analepsis organiza la narrativa de *Ingobernable* como la emisión diaria de una telenovela latinoamericana. Este tropo organizador hace que la gramática audiovisual sea familiar para las audiencias en América Latina y en países con audiencias latinas. Además, tal como señala Benjamin Russell en la Revista *Americas Quarterly*: “there is more than enough drama and excitement in *Ingobernable* to go around” (Russell, 2017). Además de abordar los temas de la guerra del gobierno mexicano contra las drogas y la corrupción gubernamental interna, el programa trata la participación e interés de Estados Unidos en crear el caos en el corazón de la política mexicana a través de intervenciones ilegales de la CIA. *Ingobernable* cuenta la historia de la primera dama mexicana, Emilia Urquiza, interpretada por la actriz Kate del Castillo, falsamente acusada desde el primer capítulo del programa de asesinar a su marido, el presidente de México, Diego Navas. A medida que la acción se despliega, unos personajes femeninos fuertes enfrentan unos personajes masculinos psicológicamente débiles. Los tres personajes malvados son funcionarios de la CIA, dos puertorriqueños inscritos en la ideología imperialista estadounidense y una mexicana-americana. Los puertorriqueños son Pete Velázquez, el asesino del presidente, y Amanda, quien secuestra a María Navas Urquiza, hija de Emilia y el fallecido presidente. La mexicana-americana es Ana Vargas West, amante del presidente y quien por venganza mata a Pete y, finalmente, se convierte en aliada de la fugitiva primera dama. Estos tres personajes son interpretados respectivamente por los actores Luis Roberto Guzmán, Jeirmarie Osorio y Eréndira Ibarra.

25

Mientras que la narración de *Narcos* recurre continuamente al realismo mágico, *Ingobernable* está lleno de referencias intertextuales de textos y símbolos que remiten al mundo latino e hispano. Por ejemplo, Pete Velázquez se caracteriza por los murmullos de algún personaje

puertorriqueño de *West Side Story* que canta “We said, O.K., no rum-pus, no tricks, but just in case they jump us, we’re ready to mix”, convertido en rapero puertorriqueño criado en el Bronx siempre hablando de un “revolú” y buscando su “Mami Chula”. Ana Vargas West, la Mami Chula, reproduce la escena de Pedro Almodóvar en la película *Matador* de una mujer matando a un hombre durante el sexo con un alfiler cuando asesina a Pete. Los nombres de los personajes hacen referencia a la cultura latina. Aquellos familiarizados con la música de salsa recuerdan a Pete Velázquez como un prolífico compositor de salsa. Ana Vargas West, quien emascula al funcionario puertorriqueño de la CIA, lleva un apellido compuesto que recuerda al policía Miguel Vargas en *Touch of Evil* de Orson Welles. El personaje de Welles, Miguel Vargas, fluye de forma natural entre los dos lados de la frontera entre México y Estados Unidos y descubre la maldad y la corrupción al norte del Río Grande. A pesar de que los medios de comunicación han enmarcado el marketing de *Ingovernable* en torno a la actriz Kate del Castillo y su mediación en la entrevista del actor Sean Penn al narcotraficante mexicano Joaquín Guzmán, “El Chapo”, el nombre de su personaje, Emilia, remite a Emiliano Zapata, uno de los héroes de la Revolución Mexicana, principal líder de la revolución campesina en el estado de Morelos, y cuya gesta sirvió de inspiración al movimiento agrario llamado zapatismo.

Narcos e *Ingovernable* son ejemplos del logro de Netflix en la construcción simbólica de una cultura latina como una comunidad transnacional global dirigida a diversos mercados y consumidores. El Global Demand Rating para analizar la eficacia del algoritmo Netflix muestra que el éxito de *Narcos* e *Ingovernable* es el resultado de una acción efectuada a partir de la continua conexión de los suscriptores con el complejo sistema de signos elaborados por la lógica espacio temporal del algoritmo de recomendación desarrollado por Bellkor’s Pragmatic Chaos para la empresa Netflix. El algoritmo motiva la acción de consumir las narrativas a través de un proceso de semiosis cuya consecución es el hábito, o como lo llama Peirce, aquella especialización de la ley de

la mente por la que una idea general obtiene el poder de suscitar reacciones (Peirce, 1955).

Como hemos podido observar, el aporte de la semiótica para abordar los procesos de cognición y construcción simbólica propiciados por la estructura algorítmica de sistemas de metadatos como Netflix es fundamental para entender muchos de sus procesos y cómo conforman una red de nuevos consumidores y hábitos de consumir. En el caso Netflix, su acercamiento desde la semiótica se puede dar desde muchas otras perspectivas. Nada más hay que ver la forma en que ha reconstruido la noción literaria del género al elaborar veintisiete mil categorías y sub categorías de géneros narrativos para describir su oferta audiovisual.

27

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Parrot Analytics. (2015). *Incumbents and Challengers: What's the Current Status?* Recuperado de http://www.parrotanalytics.com/wp-content/uploads/2015/11/Incumbents-and-Challengers_The-Current-Status.pdf.
- The Economist. (March 24, 2017). *Netflix hopes for another Spanish-language hit with "Ingovernable"*. Recuperado de <http://www.economist.com/blogs/prospero/2017/03/mexican-drama>.
- Colón Zayas, E. (2009). "Pensar lo latino, bitácora para una presentación". *deSignis*. 14, 15-23.
- Cruz, L. (December 20, 2014). "Marco Polo: Netflix's Critical Flop That Dared to Be Diverse". *The Atlantic*. Recuperado de <https://www.theatlantic.com/entertainment/archive/2014/12/in-defense-of-marco-polo/383905/>.
- Gardner, E. (2015). "Netflix' Ted Sarandos Teases Interest in Launching Sports League". *Hollywood Reporter*. Recuperado de <http://www.hollywoodreporter.com/news/netflix-ted-sarandos-teases-interest-845548>.
- Fuchs, C. (2012). "The political economy of privacy on Facebook". *Television & New Media* 13 (2), 139-159.

- Keating, G. (2012). *Netflixed: the epic battle for America's eyeballs*. Nueva York: Portfolio/Penguin.
- Leskovec, J., Raharaman, A., & Ullman, J. D. (2012). *Mining of Massive Datasets*. Cambridge, U. K.: Cambridge University Press.
- Lotman, I. (1996). *La Semiosfera I: Semiótica de la cultura y del texto*. Madrid: Cátedra.
- Moulier Boutang, Y. (2012). *La abeja y el economista*. Madrid: Traficante de Sueños.
- Peirce, C. S. (1955a). *Philosophical Writings of Peirce*. J. Buchler, Ed. Nueva York: Dover Publications, Inc.
- 28 Peirce, C. S. (1955b). "The Law of Mind". En: J. Buchler (Ed), *Philosophical Writings of Peirce* (339-353). Nueva York: Dover Publications, Inc.
- Peirce, C. S. (1968). *Escritos Lógicos*. P. Castrillo Criado, Ed. Madrid: Alianza Editorial.
- Rossi-Landi, F. (1976). "Computadoras y cerebros". En: Juan Antonio Vasco y R. Graciela Manzini (Trads.), *Semiótica y estética* (133-138). Buenos Aires: Ediciones Nueva Visión.
- Steel, E. (29 de noviembre de 2014). "How to Build an Empire, the Netflix Way". *The New York Times*. Recuperado de: <https://www.nytimes.com/2014/11/30/business/media/howtobuildanempirethenetflixway.html>.

Niveles narrativos cinematográficos

Sergio Aguilar

RESUMEN

Este artículo presenta un modelo de niveles narrativos del discurso cinematográfico. Se distinguen cuatro de ellos: diégesis, historia, argumento y narración. Se explica la construcción de este modelo siguiendo una película de ficción, y se pone en discusión en torno a los casos del cine documental, los videojuegos y las narrativas transmedia. La reflexión sobre esta construcción puede dar pistas para la comprensión de las relaciones intertextuales (entre películas), pragmáticas (películas con espectadores) y comerciales (películas e industria cinematográfica).

Palabras clave: narración, diégesis, documental, videojuegos, transmedia.

29

ABSTRACT

This article presents a model for narrative levels of the cinematic discourse. There are four of them: diegesis, story, plot and narration. The construction of the model is explained thru a fiction film, and it is put into question with the cases of documentaries, videogames and transmedia narratives. The reflections on this construction might bring clues to understand intertextual (between films), pragmatic (between films and spectators) and comercial (between films and cinema industry) relations.

Keywords: narration, diegesis, documentary, videogames, transmedia.

INTRODUCCIÓN

En la transición de la obra audiovisual a su análisis escrito hay una mutación, una traducción, una pérdida y una ganancia. No hay, claro, una jerarquía de valores entre el medio audiovisual y el verbal, pues ante el dicho popular de que una imagen dice más que mil palabras, Noël Carroll (1996, p. 245) apunta que es igual de interesante pensar que ni mil imágenes pueden aprehender todo lo que nos puede traer una sola palabra.

30

Una obra audiovisual puede no sólo evocar imágenes en nosotros a partir de lo que muestra, sino que podemos también buscar las acciones, causas e imágenes que derivaron en lo que se nos muestra en pantalla. Es aquí donde el concepto de diégesis tiene utilidad.

Para entender el paso de diégesis a narración, y las particularidades de la narración cinematográfica en espacios específicos (documental, videojuego, transmedia), se propone aquí una tipología de niveles narrativos del cine. Estos han sido estudiados a profundidad por David Bordwell (1996), y antes de él por Étienne Souriau (1953). En este texto pretendo exponer con claridad un modelo de cuatro niveles que puede funcionar para el estudio y análisis de toda película –y por extensión, todo discurso audiovisual–.

Niveles de narración han sido propuestos por varios otros autores, como Mieke Bal (1997, p. 43), que se apoya consistentemente en la gramática y Edward Branigan (1992, p. 87), ya dentro del campo de estudio de cine, aunque con un énfasis en el contexto que interese para una investigación específica. La propuesta que aquí se encuentra es mucho más modesta en alcances, pero se considera pertinente pues logra mostrar la articulación de la ficción y la narración (entendiendo la segunda como el medio a través del cual se manifiesta la primera, con sus importantes acotaciones para cada medio).

En ese sentido, no se niegan los importantes aportes previos de la teoría narratológica, simplemente se circunscribe el presente proyecto en un objetivo de explicar el terreno propio de los estudios de cine (por lo que la discusión desde la gramática plantearía una digresión enorme

que quizá no aporte tanto al debate, toda vez que entendemos al cine como un medio en muchas dimensiones distinto a la palabra escrita), y dentro de esta disciplina, de la relación que sostiene sólo el texto cinematográfico con su modo de expresión (de modo que el estudio del agente socio-histórico y el contexto industrial, estudiados por Branigan, ampliarían demasiado el modelo y quedarían demasiado cortos de querer ser incluidos en un artículo).

¿CÓMO SE CONSTRUYE UNA PELÍCULA?

El primero de los niveles que podemos identificar en un filme es el *argumento*, es decir, *todos los hechos que son narrados en la película en un orden secuencial y causal* (es lo que, en la *Poética* de Aristóteles, se conoce como trama).

Para efectos didácticos, quedémonos con una película de ficción bien conocida: *Jurassic Park* (Steven Spielberg, 1993). Un paleontólogo y una botánica se encuentran con un millonario que les propone visitar su parque para evaluar qué tan seguro es. Viajan al parque, se libera un Tiranosaurio Rex, logran escapar: la película que conocemos.

El argumento de una película tiene una lógica causal que potencialmente puede ser armada, aunque no se tenga toda la información necesaria. Asumimos que un hecho tuvo lugar después de otro, aunque no podamos acertar con facilidad. De hecho, la sorpresa final de muchas películas se basa precisamente en que los espectadores podemos armar la cronología de los hechos argumentales y encontrar una verdad que había sido oculta mientras se nos narraban: logramos reconocer la verdadera secuencia de hechos vistos en el argumento y esto nos replantea toda la película –*The Usual Suspects*, Bryan Singer, 1995, *Memento*, Christopher Nolan, 2000, y *The Others*, Alejandro Amenábar, 2001, son algunos ejemplos–.

Filmes que siguen a muchos personajes cuyas historias se cruzan sugieren armados del argumento algo más complejos o difíciles, sobre

todo cuando vemos que se combinan “pasado”, “presente” y “futuro”, o que hay hechos que tienen lugar de manera simultánea –piénsese en el inicio de *Le fabuleux destin d'Amélie Poulain*, Jean-Pierre Jeunet, 2001–.

David Borwell (1996, p. 39) identifica este armado como la actividad principal del espectador de cine: “En el transcurso de la construcción de la historia, el perceptor usa esquemas y claves recibidas para hacer asunciones y extraer inferencias sobre los acontecimientos de la historia en cuestión, y estructura y ensaya hipótesis sobre los acontecimientos pasados y venideros”.

Una película como *Irreversible* (Gaspar Noé, 2002), que muestra los hechos en un orden cronológico inverso (primero el último hecho que tuvo lugar, luego el anterior a éste y así sucesivamente hasta que el filme termina con el primero de ellos), efectivamente sólo *muestra* los acontecimientos en un orden diferente al que, en el argumento, tuvieron lugar. En la trama, las cosas sucedieron causalmente, del mismo modo que tienen lugar en nuestro mundo.

En ese sentido, el argumento puede responder a la pregunta “¿qué?” de un filme, al plano del contenido de una película, de lo que trata. Ciertamente, no podemos separar el plano del contenido del plano de la forma, de la expresión de ese contenido, del “¿cómo?”. No hay modo de expresar un contenido sino es a través de una forma específica (no hay contenido sin una forma elegida), así como no hay forma que no esté expresando un contenido (toda forma es la forma de un contenido). Son dos caras de una misma moneda: no se puede tener una moneda de un solo lado, del mismo modo que no se puede tener un contenido sin la forma. Así, la forma en que se expresa un argumento es la narración.

El siguiente nivel es, entonces, la *narración, la articulación particular del lenguaje cinematográfico para la exposición de un argumento específico*. Por supuesto, las obras literarias, radionovelas, cómics, etcétera, tienen su propia narración. Lo que hay que considerar aquí es que la narración audiovisual tiene particularidades que deben distinguirse de la narración literaria, auditiva, de viñetas, etcétera.

El único modo de conocer el argumento de un filme es a través de su narración, y el único modo de ver la narración en acción es acompañada del argumento. No es sólo que el argumento trata del modo en que se cuenta algo, sino que, además, el modo en el que se cuentan las cosas nos habla de las cosas mismas, y de cómo debemos entenderlas, cómo debemos de reaccionar, qué se espera de nosotros al recibir esta información. Los géneros clásicos de Hollywood se nutren justo de la idea de que cierto tipo de argumentos se cuentan/narran de mejor manera en ciertos modos.

Precisamente, la narración es lo que construye todas las estrategias retóricas y de espectador implícito de las películas. Cuando las sombras nos ocultan el rostro de un informante secreto en una película de espías, hay que recordar que es la narración la que nos lo está ocultando: dentro del argumento del filme, ese informante secreto tiene nombre y apellido, es una persona tan “real” –dentro de la película– como nuestro protagonista. Quizá no nos enteraremos al final quién era el informante secreto, y aun así, dentro del armado argumental, ese personaje estuvo “oculto” por el modo en que se narraba.

Cuando vemos, por medio de un montaje paralelo, cómo el villano y el héroe están acercándose por caminos distintos al mismo lugar, y se crea en nosotros un sentimiento de expectación por saber quién llegará primero, es de nuevo la narración la que ha creado ese sentimiento en nosotros: por medio de la edición, ha intercalado planos de ambos personajes y de su destino.

Cuando en una película nos enteramos hasta el final, por medio de un recuerdo, que el que creíamos héroe siempre fue un villano, hay que recordar que, en efecto, siempre fue el villano: la narración nos engañó una vez más, al manipular los modos en los que se presentaba un argumento.

Al recordar *Irreversible*, podríamos apuntar que, en el argumento, los hechos se desarrollaron según la lógica causal de 1, 2, 3, 4, 5; sin embargo, la narración nos los muestra justo al revés: 5, 4, 3, 2, 1.

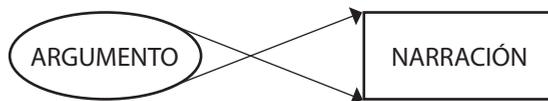
También es muy común que el espectador tenga más información que los personajes de la película, justo porque la narración lo puede llevar

de un lugar a otro, o de un tiempo a otro. En *Jurassic Park* sabemos que Nedry, uno de los encargados de la seguridad del parque, está buscando la oportunidad para robar un huevo de dinosaurio, cosa que, claro, no saben los protagonistas. En todas las siguientes escenas seguiremos los movimientos y acciones de ese personaje con mayor detenimiento.

La narración “habla” por medio del lenguaje cinematográfico. De hecho, es el quinto elemento que, al articularse con los otros cuatro, crea la especificidad de todo lenguaje audiovisual: imagen (todo lo que se ve), sonido (todo lo que se escucha), puesta en escena (todos los elementos que sirven para ambientar) y edición (la relación que sostienen los planos entre sí). Este grupo de cinco elementos ha sido la base implícita de todo análisis cinematográfico¹. La narración cinematográfica es el nivel que logra articular el texto fílmico con el espectador, por lo que supone la dimensión pragmática del discurso cinematográfico.

Al profundizar en la naturaleza de la narración *cinematográfica* (en oposición a la literaria), el trabajo de André Gaudreault (1987) resulta interesante, pues propone que el cine *narra y muestra* a la vez, toda vez que el cine, a diferencia del teatro, supone un tiempo pasado pues la imagen siempre es la misma, una y otra vez, mientras que el teatro es performativo y supone una constante representación en tiempo presente. Conclusiones similares pueden ser halladas en Sol Worth (1981).

Toda narración es, entonces, una distorsión específica del argumento de un filme. El argumento está, pero es mostrado de un modo particular para causar algún efecto (de misterio, suspenso, sorpresa, fascinación, miedo, etcétera) en el espectador.



Ahora, podemos expandir esta discusión revisando el espacio donde habita el argumento. Todo argumento acontece al interior de una

¹ Para un estudio detallado de estos elementos y su articulación, la obra de Lauro Zavala (2003) es un importante punto de partida.

historia, los acontecimientos que aparecen en la película y conforman el argumento, más los que se infieren que tuvieron lugar en ella pero no son mostrados en la narración. En el ejemplo de *Jurassic Park*, Alan y Ellie fueron a la universidad e iniciaron su carrera profesional como paleontólogos, lo que los colocó en la situación en la que están ahora. Malcolm, el matemático, probablemente fue reclutado en un proceso similar a ellos dos, pero nosotros los conocemos hasta que están en el helicóptero llegando al parque. Son hechos que no están en el argumento, pero que son imprescindibles para que el argumento suceda.

Las elipsis en la edición, cuando nos ahorramos tiempo en pantalla con tal de que avance el tiempo al interior del filme, estamos ahorrándonos hechos en la historia y sólo viendo los hechos del argumento (a través de la narración). Asumimos que los personajes van al baño, duermen y comen, pero no vemos esto en la película.

Así como en el argumento, la historia sigue una lógica causal que puede, potencialmente, ordenarse en una línea cronológica, por más compleja o poco clara que ésta sea dada la narración. Quizá para los espectadores es irrelevante o imposible —a falta de más información—, ordenar todos los hechos de la historia en una línea de tiempo, pero eso no significa que no se pueda hacer de tener toda la información necesaria. Esta lógica causal es fundamental para que tenga sentido todo lo que allí acontece, ya que toda historia tiene lugar dentro de un mundo diegético, lo que supone el siguiente nivel.

La *diégesis* supone *todo el universo filmico en el que una historia tiene lugar*. Todas las películas muestran una diégesis, un universo en el que tienen sentido, una ficción (en tanto que una ficción es una serie de proposiciones internamente coherentes en un espacio específico donde tienen validez²). Este universo puede ser tan complejo o fantasioso como sea posible dentro de sus propios límites: en algunas diégesis, los

² Es fácil ver por qué para el psicoanálisis ‘toda verdad tiene estructura de ficción’, pues tanto la verdad como la ficción plantean un espacio donde sus proposiciones tienen sentido y validez. Sobre el tema, recomiendo partir del texto de Lauro Zavala (2014, pp. 13-24).

dinosaurios pueden ser duplicados a partir de ADN encapsulado en un mosquito, en otras, los magos vuelan en escobas, en otras, el presidente de Estados Unidos es Francis Underwood, etcétera.

En la diégesis existen relaciones lógicas que son explicadas a lo largo de la película. Los filmes de ciencia ficción siempre dedican varias escenas o algún personaje –un científico, un agente gubernamental, un espía– para explicar las reglas sobre los viajes en el tiempo, el arreglo geo-político de ese mundo ficcional, cómo entrar y salir de la matrix, etcétera.

36

Además de lo que vemos en la pantalla, existen muchas cosas en el universo que plantea *Jurassic Park* que nunca son mencionadas por la película. Además de los personajes y los hechos que nos ahorramos por las elipsis, también existen jefes de limpieza del parque, ingenieros a cargo de las atracciones, publicistas preparando la campaña de marketing y abogados que elaboran contratos para empleados. Todos estos personajes no son nunca mostrados o mencionados por el filme, pero nosotros asumimos que existen pues su presencia le daría sentido a lo que tiene lugar frente a nosotros, le darían consistencia a ese mundo.

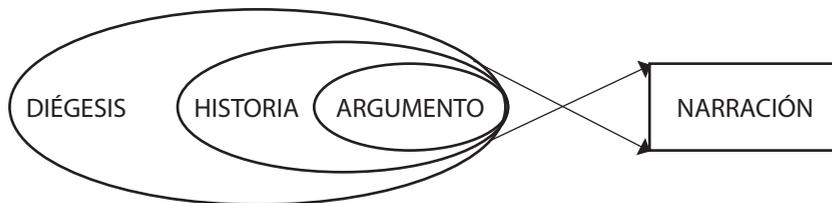
No todo lo que aparece en la película es parte de la diégesis: también se considera que existe la música e imágenes extradiegéticas. ¿Dónde se ubican? Piénsese en la película *Vanilla Sky* (Cameron Crowe, 2001). En una de las escenas charlando con su psiquiatra, David le cuenta que su padre escribió una autobiografía donde narraba lo mucho que le gustaba salir en botes y volar aviones. Cuando David cuenta esto, en la pantalla –en la narración– aparece la portada del libro, pero no está en ese momento el libro en el espacio diegético de la prisión. Comúnmente, esto se toma por ser una imagen extradiegética, pero al considerar que el libro sí existe en la diégesis, más bien podría precisarse, en los términos y conceptos aquí propuestos, que, aunque es una imagen extradiegética, es una imagen de la narración: la narración está fuera de la diégesis, sí, pero no es ajena a ella, sino el modo de expresión del argumento que se presenta. Un modo de salvar el concepto de imagen extradiegética sería decir que el bote, el aeroplano y el libro sí existen en la diégesis, pero

no la imagen del libro ni los videos del bote y el aeroplano –que son los que vemos en la narración–.

Con un poco de mayor seguridad podríamos decir que la música extradiegética sí está fuera de la diégesis –con sus excepciones, como cuando un personaje hace referencia a ella o se ven a los músicos tocándola–, sobre todo cuando es usada en las películas de terror: el personaje no escucha la música, no es parte del argumento, ni de la historia, y probablemente ni de la diégesis, pero sí está en la narración. La voz en off también sería puesta en consideración para saber cuál es su cualidad de pertenecer o no al espacio diegético³.

Podría rastrearse la discusión sobre la diégesis hasta el propio Aristóteles (justo el concepto de *mímesis*, o imitación, supone la posibilidad de establecer una mímesis con personajes u objetos que no existen en el mundo que conocemos). En los estudios de cine, quien trajo la discusión del concepto de diégesis fue Étienne Souriau (1953, p. 7): “Diégèse: tout ce qui appartient, ‘dans l’intelligibilité’ [...] à l’histoire racontée, au monde supposé ou proposé par la fiction du film”.⁴ Ciertamente, la diégesis supone la asunción de un mundo con partes que no son mostradas en la película, que se asume que existen.

Queda así la superposición de estos niveles, las cuatro dimensiones de la narrativa cinematográfica:



³ Sobre el tema de la voz en el cine, el libro clásico del tema que se recomienda leer es el de Michel Chion (1994).

⁴ Traducción: Diégesis: todo lo que aparece, ‘dentro de lo inteligible’ [...] hasta la historia acontecida, o mundo supuesto o propuesto por la ficción del filme.

Hemos revisado, con brevedad, cómo se comportan con una película de ficción. Pasemos a entender su funcionamiento en tres casos: documentales, videojuegos y narrativas transmedia.

¿CUÁL ES LA DIÉGESIS DE UN DOCUMENTAL?

Los teóricos del documental aluden de manera constante al problema de distinguir la posición de los documentales respecto al mundo en el que vivimos. Preguntarse cuál es la diégesis de un documental es preguntarse qué relación sostienen los documentales con la realidad misma.

38

Carl Plantinga propone una diferenciación importante para esto. Distingue a las ficciones de las no ficciones en que las primeras crean mundos proyectados, mientras que las segundas crean modelos de mundo. Dice el autor (2010, p. 84): “The projected world of a film is the what; in the case of nonfiction, the projected world is a model of the actual world”⁵. Toda película proyecta un mundo que propone, una diégesis. Las no ficciones en particular no sólo proyectan un mundo, sino que dicen que ese mundo proyectado es un modelo del mundo: la verdad que enuncian es la verdad con la que debe comprenderse la realidad fuera de la película. Mientras que la ficción propone jugar a que “supongamos que el mundo es así” al proyectar un mundo, en la no ficción se plantea que “el mundo es así”, al elaborarse un modelo del mundo.

Si bien los documentales presentan una diégesis, ésta no se entiende como un mundo encerrado en sí mismo, sino que es vista como el mundo en el que viven los propios espectadores: se asume que los lugares que ahí aparecen existen en realidad, las personas que ahí aparecen con cierto nombre se asume que es su nombre real, quienes ahí hagan algo –morir, matar, comer– se asume que lo hicieron en realidad.

⁵ Traducción: El mundo proyectado de una película es el qué; en el caso de la no ficción, el mundo proyectado es un modelo del mundo factual.

Badlands es una serie documental producida por National Geographic en 2015. Tiene lugar en el condado de Terlingua, un asentamiento apartado en Texas. Puesto que vemos la serie como un documental, asumimos que Terlingua es un lugar que efectivamente existe en Texas. A partir de esta diégesis, de este modelo del mundo que conocemos todos los días, se construye una historia (la vida de los personajes que viven en Terlingua, lo que hacían antes de mudarse al lugar, y su rol en el asesinato de uno de ellos). De esta historia nace un argumento (así como los personajes, primero nos enteramos del asesinato, y conforme el juicio se desarrolla, conocemos los hechos que causaron el homicidio). Este argumento pasa al espectador en forma de una narración (donde se repite la dramatización de los golpes hacia la víctima, se presenta numerosas veces el desolado paisaje del desierto, no nos enteramos de quién fue la víctima hasta el final del primer episodio, etcétera).

39

Además de Plantinga, otros teóricos del documental suscriben a esta distinción. Respecto a la diferencia entre ficción y no ficción, dice François Niney (2015, p. 64): “En ficción, el mundo está dentro de cuadro; en documental, el cuadro está dentro del mundo”. Es decir, en ficción, todo lo que se muestra es todo lo que hay; en documental, todo lo que se muestra es sólo una parte de lo que es. En la ficción sólo podemos conocer a la diégesis por lo que la narración/cuadro dice; en el documental, no sólo sabemos que la narración/cuadro es una parte, sino que sabemos que podemos conocer otras cosas que existen en esa diégesis (están en el mundo que vemos por la ventana).

Este cuadro o ventana plantea algunos problemas. Paul Ward (2006, p. 280) señala que “as documentaries are about the world of actuality, it is sometimes difficult, if not impossible to achieve a sense of closure, precisely because the world of actuality continues beyond the realm of the text”.⁶ Con los documentales se tiene el problema de que siempre se sentirán sin cierre, que les falta un pedazo, y en efecto así siempre será,

⁶ Traducción: Como los documentales son sobre el mundo factual, en ocasiones es difícil, sino imposible, lograr un sentido de cierre, precisamente porque el mundo de la factual continúa más allá del terreno del texto.

porque al ser vistos como documentales, se reconocen las aperturas que el texto tiene hacia el mundo en el que vivimos.

En una película de ficción: esto que hace un personaje, ¿tiene sentido dentro de las reglas que ya se me explicaron con las que funciona este mundo? Si la respuesta es sí, lo acepto, por más alejado de la realidad que vivo día a día fuera de las películas lo contradiga –volar en escoba, ver el futuro, viajar en el tiempo, regenerar partes del cuerpo humano a voluntad–. Si la respuesta fuera “no”, es lo que se conoce como “huecos en el guión”, donde lo que sucede no tiene coherencia interna ni justificación creíble dentro de la verdad ficcional que la película plantea.

40

En una película de no ficción: este hombre que aparece aquí y que dice ser presidente de tal país, ¿es en efecto el presidente de ese país? Para saber la respuesta, suelo recurrir a mi experiencia del mundo sensible y los discursos de verdad que existen fuera de la película, que la preceden y exceden, y confirmo con ello si es así. Si la respuesta es afirmativa, consideraré esa escena, o todo el material, como correspondiente con esa verdad histórica, y es una de las pautas con las que podría comenzar a considerarla un documental. Si la respuesta es negativa, probablemente creeré que se me está mintiendo, y podría juzgarla como un documental que miente, o como un falso documental, o como otra cosa, menos como un documental.

Regresando a Plantinga: los mundos de la ficción son siempre mundos proyectados, al menos dentro de su propia lógica. Al ser una esfera hueca cerrada, son mundos incompletos pues nunca están totalmente articulados: una película no tiene todas las respuestas a las preguntas que se le pueden plantear: ¿cómo se llamaban los padres de algún personaje? ¿Cuál es el color favorito del protagonista? ¿Quién es el presidente de ese país ficcional? Estas y muchas otras preguntas no son algo que todas las ficciones puedan responder.

Los mundos de la no ficción son un modelo del mundo. Son una esfera abierta pues están articulados siempre gracias al mundo exterior, en el que vivimos nosotros. A pesar de su dificultad, es posible de algún

modo saber cómo se llaman los padres de algún sujeto de un documental, cuál es su color favorito y quién era el presidente en el momento en que se grabó la entrevista. El documental quizá no diga explícita o implícitamente esa información, ni sea relevante para lo que se narra, pero sabemos que esa información existe en alguna parte. La posibilidad de encontrarla está ahí en la posibilidad de ver el documental como un producto de articulación abierta, una esfera hueca con agujeros, a diferencia de la ficción (por ello, todo documental supone un producto hipertextual⁷).



Con esta distinción se puede señalar que el cine documental, en tanto cine, es narración. Hay un argumento seleccionado a partir de una historia (es decir, hay hechos que son descartados y no expuestos en el argumento). Esta historia habita en un espacio cuya naturaleza es la de una diégesis abierta, perforada, por cuanto no es una diégesis completa que se proyecta sino una diégesis que se reconstruye constantemente al modelar el mundo de afuera. Nosotros creemos que un documental no pone en cuestión un mundo, sino que expone el mundo.

¿SON NARRATIVOS LOS VIDEOJUEGOS?

El campo de estudios académicos de videojuegos existe desde hace menos de dos décadas, pero su evolución ha tenido que iniciar y andar con prisas por el muy vertiginoso desarrollo, evolución y diversificación de su objeto de estudio; al que no se puede ser ajeno si se pretende estudiar el fenómeno cinematográfico o audiovisual en general.

⁷ Al respecto de esta idea, revisar Aguilar (2017).

La intersección de los videojuegos con la discusión de este texto está bien establecida en la obra de Antonio Planells, *Videojuegos y Mundos de Ficción* (2015). El autor propone retomar las ideas de mundos posibles y la lógica de la filosofía analítica (en las concepciones de Gottfried Leibniz y David Lewis, respectivamente). El principio de razón suficiente –todo tiene una razón de ser– y el principio de no contradicción –las cosas no pueden ser y ser su contrario a la vez– son las dos ideas base sobre las que es posible componer cualquier mundo, y son sobre ellas en las que descansa la configuración de todo videojuego. Como dice Planells (2015, p. 63): “los mundos de ficción se definen en un marco composable, pero su concepción como tales deviene ilimitada y diversa”. Es decir, se pueden crear ilimitados mundos, siempre y cuando estos tengan una lógica garantizada por esos principios.⁸

Estos marcos composibles son las diégesis de los videojuegos, o como Planells les llama, ficciones. También propone (2015, pp. 51-52) comprender los videojuegos como narraciones, amén de características propias y claramente diferenciables de la narrativa audiovisual: “1) Toda narración ficcional genera ficción [diégesis, en los términos que se han expuesto aquí], pero no toda ficción contiene narraciones; 2) La narración evoca historias, la ficción puede componerse de historias y superar sus límites; 3) La narración tiene clausura, la ficción permanece implícitamente abierta”.

⁸ Sin embargo, la idea de que la ficción sólo puede existir en un marco composable es, como el propio Planells lo admite poco más adelante (2015, p. 64), puesta en duda con frecuencia en la actualidad. La serie de televisión *Rick and Morty* (Dan Harmon, 2013) tiene uno de los más inteligentes quiebres de lógica argumentativa que, lejos de ser un *deus ex machina*, está plenamente justificado dentro de la lógica mayor con la que se nutre la diégesis: en uno de los primeros capítulos, los personajes se ven obligados a viajar a una Tierra alternativa, a través de un portal interdimensional, una vez que se han metido en un lío que no saben cómo solucionar. En esta segunda Tierra, las versiones de ellos mismos murieron, pero los personajes que acompañamos aprovechan esto para ocupar sus puestos. Así, a partir del siguiente capítulo, esos personajes viven en un mundo en el que lo que les rodea es virtualmente idéntico que los anteriores capítulos, con la excepción de que no son realmente ellos mismos en esa dimensión pues son de una dimensión alternativa.

Sobre el primer punto: Para Planells, toda ficción/diégesis es un mundo que plantea reglas, pero no por ello narraciones de sí mismo: una pintura de Edward Hopper plantea un mundo melancólico y sombrío, pero no narra, del mismo modo que no lo hace una escultura de Miguel Ángel –plantean una diégesis sin narración–. Un juego de mesa plantea también una ficción (reglas claras de funcionamiento de una lógica dentro de ese mundo), pero no cuenta con argumento alguno definido. A esto se refiere entonces que toda narración necesariamente se enmarca en una ficción, pero no toda ficción se manifiesta necesariamente a través de narraciones.

Sobre el segundo punto: Justo porque los videojuegos pueden no tener una narración definida, muchas narraciones pueden nacer de la misma ficción/diégesis, de la misma configuración de reglas: piénsese en los múltiples juegos de ajedrez que pueden hacerse a partir de las pocas reglas que el juego tiene.

Sobre el tercer punto: Al tomar esto en cuenta, entendemos que los videojuegos son tales ya que plantean roles y escenarios ficcionales, pero no siempre narrativos. *Super Mario* tiene un personaje con claras motivaciones y motores que dan justificación a las acciones, pero es claro que cada nuevo juego puede seguir una narración ligeramente distinta –se necesitarán más o menos intentos para pasar pruebas, el personaje morirá en tal o cual punto, etcétera–. Es aún más difícil decir que hay una narración en *Tetris* o *Snake*: estos juegos pueden tener un final –un máximo de filas que pueden acumularse, un máximo de velocidad o de espacio por el que puede crecer la serpiente– que estará condicionado a nuestra competencia y habilidad como jugador. El final puede llegar con el final de la programación –no hay más espacio donde se acumulen bloques o para que la serpiente crezca– o nuestro fracaso para jugar. La narración se clausura bajo ciertas condiciones, pero la posibilidad de que pueda esta clausura variar está presente en cada nueva partida.

Aquí es donde se abre la grieta que más claramente distingue a los videojuegos del cine: toda diégesis cinematográfica se conoce gracias a la narración previamente definida e inmutable, es decir, nosotros sabemos

lo que sabemos de las diégesis cinematográficas sólo a través de la narración cinematográfica, que siempre es la misma sin importar cuántas veces veamos la película; mientras que en el videojuego uno puede dejar al personaje de pie sin moverse durante horas, acercarse a los límites del espacio programado para toparse con un muro invisible, o lanzarse por el precipicio hasta que se le acaben las vidas.

La conclusión de Planells es que en los videojuegos uno puede “salirse” de la narrativa para expandir el mundo ficcional/diegético. En los términos del autor, mientras que el videojuego sí permite explorar ficción sin narración que le acompañe, el cine no puede explorar la diégesis si no es a través de la narración. Se podría concluir que mientras una película sólo tiene un camino a seguir —el marcado por la narración—, los videojuegos dan mayor “libertad” para plantear nuevos caminos —pues no tienen una narración definida—. Sin embargo,

44

[...] la cohesión y la estabilidad que gobiernan la estructura del sistema de lo posible evitan la idea de que el videojuego sea un mundo de libertad para el usuario: no existe un mundo de juego donde todo cabe, ya que los videojuegos, en tanto que mundos de ficción, sólo son capaces de delimitar, mediante el *game design*, una parcela simplificada y sintetizada que permita un limitado repertorio de acciones (Planells, 2015, p. 100).

Esto quiere decir que por más que los videojuegos vendan la idea de un mundo infinito, lo cierto es que hay límites a la posibilidad de mundos ilimitados, y ahí apuntaría una dimensión del estudio de la pragmática del videojuego. Por ejemplo, el caso del fallido *No man's sky*, lanzado al mercado hacia mediados de 2016, configurado con la modalidad *sandbox*, en la que los jugadores recorren un mundo programado en el que de modo no lineal van completando retos y pueden explorar el resto del universo programado. En su lanzamiento, *No man's sky* prometía un número inmenso de posibilidades de planetas para explorar (unos 18 trillones). Sin embargo, a las semanas de estreno, las críticas eran muy

duras, y comenzaron las demandas por publicidad falsa: en efecto había un algoritmo que creaba mundos “nuevos” hasta alcanzar esa cifra, pero era porque un mundo donde todos los objetos estaban de cabeza, o donde todos los mismos elementos de otro mundo aparecían sólo que con colores invertidos, eran mundos “nuevos” para explorar. De aquí se puede sacar la lección de que efectivamente el cielo es el límite de nuestra imaginación, que no podemos imaginar nada que no esté siempre dentro de las coordenadas de nuestra percepción (intentemos imaginar un nuevo color, o la apariencia física de seres que viven en la quinta dimensión).⁹

Otro caso que también delata a esta mano invisible que se esconde detrás de la “libertad” de los videojuegos es *Framed*, desarrollado para tabletas electrónicas y en el que viñetas de tiras cómicas o *storyboards* están revueltas, siendo tarea del usuario ordenarlas de un modo lógico en el que tenga sentido que una viñeta vaya antes o después de otra. Conforme el juego avanza se vuelve más difícil hallar el orden correcto de las viñetas, pero es importante recordar, para avanzar en el juego, que siempre hay *un orden correcto* de viñetas, es decir, que si bien las posibilidades narrativas parecen ser grandes, al final la narrativa programada del juego avanza siempre y cuando se seleccione *el camino correcto*. En otras palabras, la narración puede ser caótica, pero siempre estará al servicio de un orden lógico, y esto no está exento en los videojuegos, por más lejanos a la narración cinematográfica los entendamos.

Con estas reflexiones podemos aventurar una fórmula (o matema) de la ficción y de la narración. Puesto que toda ficción supone un mundo que sigue la lógica modal (principio de razón suficiente y principio de no contradicción), puede apuntarse:

$$F = \boxed{A = A}$$

⁹ Más información del videojuego en: <http://www.ign.com/articles/2015/07/02/no-mans-sky-everything-you-need-to-know-ign-first>

Es decir, toda ficción supone un mundo cerrado donde las cosas tienen sentido. Por su parte, la narración supone una lógica específica con la que se enuncia ese mundo, un modo de ver ese mundo, que plantea un inicio y un final determinados. Los videojuegos no suponen eso, pues mientras que una película termina en el mismo fotograma no importa cuántas veces la veamos, el videojuego puede acabar en el primer nivel o en el veinte, el personaje puede meterse por un portal una ocasión y no meterse en la siguiente, etcétera. Por ello, la narración se expresa con

$$N = ¡A \rightarrow B!,$$

46

donde ¡ son el inicio y el final determinados, A la situación de inicio y B la situación final.¹⁰ Puesto que los videojuegos no gozan de este final predeterminado, podemos entonces corregir esta fórmula para la narración de videojuegos con

$$N.V. = ¿A' \rightarrow B'?,$$

donde ¿? es el señalamiento de un inicio y un final no imperativos, pues el juego puede iniciarse en el nivel 1 o en el 3 (tras guardar el avance), y terminar en el 5 o en el 20; y A' y B' son la situación inicial y final determinadas por cada experiencia de juego.¹¹

Para finalizar, en los términos propuestos en este trabajo, los videojuegos siempre están dentro de una diégesis, y en el caso de muchos de ellos, una historia y un argumento. Mientras que en los documentales había que repensar el concepto de diégesis –en tanto que está abierta,

¹⁰ Estas mismas fórmulas resultan útiles, dada la experiencia personal de quien esto escribe, para la didáctica de escritura de guion cinematográfico, pues “A → B” supone la acción de transformación del personaje de una situación a otra. Sobre los conceptos de ‘acción’ y ‘situación’ en un guion de cine, revisar a Baiz Quevedo (2010).

¹¹ Estas fórmulas están en una primera fase de proposición, y no son un trabajo terminado. Se invita a su discusión.

incompleta—, aquí habrá que repensar el concepto de narración, en tanto que no está definida *a priori*, sino que se abre y clausura con cada experiencia del usuario.

¿CÓMO SE EXPANDE UNA DIÉGESIS?

Podemos entender como expansión diegética aquellas prácticas de aumentar cuantitativamente las narraciones cuya base sea un argumento distinto al argumento primigenio con el que se inauguró una diégesis.

La expansión diegética ha sido muy común a lo largo de la historia del cine. Las secuelas y precuelas son narraciones que continúan el argumento de la obra primigenia o muestran los hechos anteriores a éste. El caso de *The Godfather Part II* (Francis Ford Coppola, 1974) es particularmente especial: la segunda parte de la trilogía es a la vez secuela y precuela de la primera entrega, ya que continúa el argumento sobre el ascenso de Michael Corleone, y también conocemos la vida previa de Vito Corleone (ahora encarnado por Marlon Brando) antes de volverse el poderoso capo de la mafia que conocimos en la primera cinta. Esto siempre estuvo en alguna parte de la diégesis de la primera película, pero ahora es parte del argumento de la segunda —argumento que vemos a través de esta nueva, segunda, narración—.

El *spin-off* supone una narración enmarcada en un mismo universo diegético pero con otra historia y argumento. La práctica de hacer *spin-offs* comúnmente responde a la popularidad de algún personaje secundario con potencial rentabilidad comercial. Un caso famoso es *Puss in Boots* (Chris Miller, 2011), donde el protagonista es el Gato con Botas, un personaje secundario en la película *Shreck 2* (Andrew Adamson, 2004). Al respetar el canon estético de la obra primigenia, la cinta del Gato también incluye parodias de diversos cuentos infantiles y humor negro familiar.

Un poco más transgresor con las obras primigenias es la práctica del *crossover*, en la que dos diégesis en apariencia distintas terminan “jun-

tándose”. Un ejemplo estrafalario es *The Jetsons meet the Flintstones* (Don Nelson, 1987), en el que la familia del futuro lejano y la del pasado lejano se conocen gracias a una máquina del tiempo. En este caso, ambas series son parte del mismo creador –Hannah-Barbera–, pero también hay casos de personajes de muy distintos orígenes (*Alien vs. Predator*, Paul W. S. Anderson, 2004) o del trabajo *fanmade* (*Batman: Dead End*, Sandy Collora, 2003). Si estas obras crean nuevas diégesis, combinan diégesis o los personajes siempre son parte de una sola diégesis es una problemática que tendría que resolverse caso por caso.

48

Al aprovechar más de una plataforma o soporte, hay casos de expansión diégetica que navegan por varias pantallas. A mediados de 2009, en YouTube empezaron a cargarse los episodios de una serie web¹² en formato *found footage* llamada *Marble Hornets*¹³. En ellos, con la ayuda de intertítulos, se narra la historia de Jay, quien, mientras revisa videos hechos por su amigo Alex, se topa con una extraña figura que acecha en ellos: un hombre muy alto, delgado, vestido en saco y pantalón negros con la cabeza blanca y sin rostro. Esta figura es conocida en el mundo de las *creepypastas*¹⁴ como Slenderman¹⁵.

¹² Una serie web es una serie de videos cargados en plataformas de la web. Estos programas no se transmiten por televisión tradicional, y en ese sentido, suelen tener sutiles pero importantes cambios en su estructura y narración, así como ser mucho más cortos en duración (no superan los 10 o 12 minutos), y suelen conocerse como “webisodios”. A diferencia de videoblogs, las series web suelen ser de ficción, y las que no, ser auto-conclusivas en cada episodio y no llevar un host. La programación de Netflix difícilmente sería considerada una serie web, por su lógica más parecida, a pesar de sus propias diferencias, con la televisión tradicional.

¹³ El canal en YouTube de *Marble Hornets* es <https://www.youtube.com/user/Marble-Hornets>

¹⁴ Las *creepypastas* son historias de terror en internet, generalmente en blogs o espacios virtuales dedicados a lo sobrenatural, que presentan a un personaje paranormal o narran historias “fuera del canon” de personajes ya conocidos (por ejemplo, la historia de un capítulo oculto, inexistente por supuesto, en el que un personaje de una serie infantil se suicida).

¹⁵ Slenderman comenzó a adquirir popularidad fuera de los círculos de internet en 2014, cuando dos amigas de 12 años acuchillaron múltiples veces a una compañera suya, en un sacrificio dirigido al monstruoso ser, con tal de que éste no haga daño

Marble Hornets se vuelve interesante al aprovechar las posibilidades hipertextuales de una plataforma como YouTube, ya que hubo un segundo canal, *totheark*, que subía videos de una persona que también fue acosada por Slenderman, y que a su vez acosa a los protagonistas de *Marble Hornets*. Siendo una especie de *crossover*, conviviendo ambos canales en la misma diégesis, se tienen dos historias distintas pues parten de dos personajes distintos –uno que sigue al otro, pero cada uno con su propio argumento que por momentos coinciden–. En 2015, la serie web fue adaptada en una película *found footage: Always Watching: A Marble Hornets Story* (James Moran, 2015). Al recordar los niveles propuestos al principio de este texto, podemos señalar que este caso es una expansión diegética muy particular: una misma diégesis en la que conviven tres argumentos (los dos canales y la película), y dos de esos argumentos que se cruzan de manera continua.

49

En Hollywood, es común la discusión sobre el universo expandido de Marvel y DC (que es, por supuesto, la diégesis cinematográfica expandida de Marvel y DC), así como el papel que juegan los *reboots*, ciclos y remakes¹⁶. Sin embargo, a la fecha, probablemente el caso más complejo de una diégesis expandida sea la de *Star Wars*.

Iniciando con el filme de George Lucas estrenado en 1977, el fenómeno *Star Wars* ha popularizado el término *franquicia mediática y de mercancía*, que podemos entender como una diégesis con potencial de expandirse en múltiples soportes –narrativos y no narrativos–, al punto de otorgar licencias para ello –como la parte “franquicia” en su nombre lo indica–. De hecho, *Star Wars* tiene el récord Guinness de ser la más exitosa franquicia de mercancía de la historia, valuada en 30.57 billones de dólares hacia 2012.¹⁷

a sus familias. Un recuento del caso puede ser hallado aquí: <http://www.newsweek.com/2014/08/22/girls-who-tried-kill-slender-man-264218.html>.

¹⁶ Para una discusión profunda de todos estos conceptos y modos de expandir diégesis, recomiendo revisar la obra editada por Klein & Palmer (2016).

¹⁷ Más información y cifras en: <http://www.guinnessworldrecords.com/news/60at60/2015/8/1977-highest-grossing-sci-fi-series-at-the-box-office-392957>

Lo que ha vuelto tan rentable el negocio de *Star Wars* es que encontró potencial más allá de la narración cinematográfica. Además de las primeras seis películas, la saga también contaba con videojuegos, novelas, cómics y series de televisión. Todas ellas eran secuelas, precuelas o *spin-offs* entre sí. Y claro, igual de rentable, el mercado de venta de licencia para mercancía oficial: juguetes, playeras, disfraces, tazas, atracciones para parques de diversiones y un largo etcétera.

50

El caso de *Star Wars* se vuelve interesante porque, además de con su dinero, los seguidores han alimentado el fenómeno con sus incisivas críticas y señalamiento de errores.¹⁸ El universo diegético estaba tan expandido que se volvió inestable, contradictorio y confuso. Al considerar las películas el anclaje y la parte más conocida de esta diégesis, Disney decidió acotar el “canon” a sólo las anteriores seis cintas cuando lanzó la trilogía que corre actualmente –y que también tiene ya una precuela y un *spin-off* estrenados–.

A partir de todos estos casos se puede concluir que la expansión diegética no sólo es posible a partir de una nueva narración cinematográfica con un argumento distinto, sino que también puede mutar a otro medio narrativo (de cine a televisión a serie web a cómic a novela) o incluso manifestarse en formas no narrativas (juguetes y parques temáticos).

CONCLUSIÓN: ¿PARA QUÉ PUEDEN SERVIR LOS NIVELES NARRATIVOS?

En este texto se presentó una propuesta de niveles narrativos cinematográficos: dimensiones a partir de las que se desenvuelve la narración de una película y en las que se manifiesta el espacio-tiempo diegético, histórico y argumental. Comprender estas dimensiones provee herra-

¹⁸ Algunas de estas inconsistencias y “huecos” pueden encontrarse aquí: <https://www.cheatsheet.com/entertainment/the-biggest-inconsistencies-in-the-star-wars-saga.html/?a=viewall>

mientas para entender mejor los hechos que tienen lugar al interior de una película, así como las evaluaciones que hacemos sobre las acciones de los personajes en los giros o sorpresas que se presenten.

Se plantearon problemas a esta propuesta en los casos del cine documental, de los videojuegos y de los procesos de expansión diegética. En ellos se argumentaron motivos por los que sigue siendo útil distinguir estos niveles y cómo pueden mutar a partir de lo específico de los documentales, los videojuegos o las franquicias mediáticas y las posibilidades transmedia.

Estos modos de entender las dimensiones que se circunscriben en un filme suponen un mapa¹⁹ en el que el espectador se ve inmerso y que tiene que navegarlo para que la narración tenga sentido. Parte del goce que produce ver cine es justo dejarse “seducir” por la narración que ésta le incluya a través de mecanismos de suspenso, sorpresa, misterio, elipsis, etcétera.²⁰

Las narraciones cinematográficas y los modos en que articulan estos niveles pueden ser sumamente complejas, como algunos de los ejemplos mencionados a lo largo de este artículo. Dos libros editados por Warren Buckland (2009a, 2009b) dan fe, en varios de sus capítulos, de la gran utilidad que puede tener comprender estas dimensiones para entender los complicados lazos que construye una narración en primera instancia ambigua o confusa. Supone esto, entonces, que es en la experiencia del espectador donde recae la importancia de estudiar la narrativa, ya que ésta es el armado de un argumento con la intención de crear un sentimiento específico en quien la ve.²¹

¹⁹ Esto adquiere una dimensión conceptual, propuesta por Stephen Mamber (2017), llamada *mapeos narrativos*. También adquieren una dimensión literal, como en el libro de Degraff & Jameson (2017).

²⁰ La aproximación a estos mecanismos y fórmulas puede partir con la lectura de Lauro Zavala (2016).

²¹ Esto nos llevaría —demasiado grande sería el intento de resumirlo aquí— al importante concepto de *sutura*, una de las más complejas e interesantes aportaciones del psicoanálisis al estudio del fenómeno cinematográfico. El punto de partida es Stephen Heath (1977).

Por ello, el análisis de cine es una actividad que, sin importar la teoría de la que parta (pues toda teoría supone su propia estrategia de análisis), trata de reconstruir la experiencia del espectador. De manera más o menos explícita, todo análisis de cine, para que sea tal, debe de encaminarse a responder a la pregunta ¿qué efectos tiene esto en el espectador implícito de la obra?

El dispositivo cinematográfico trata de ocultar el complejo entramado detrás de su narración, pero precisamente ahí donde se enuncia una película “sencilla” o “simple” es donde debemos adquirir agencia y preguntarnos cuáles son los mecanismos de la forma cinematográfica para incluirnos y resultar simple. Ninguna película a la que nos acercamos *es* simple, sino que porque está hecha para nosotros es que la *vemos como* simple. Toda narración, al ser la torcedura del argumento que se encuentra dentro de una diégesis, es una torcedura con una intención específica: incluirnos en ella. Reconocer esta torcedura es reconocer nuestra subjetividad y un potencial subversivo de desintegración del discurso audiovisual.

52

REFERENCIAS

- Aguilar, S. (2017). “El documental siempre es virtual”. En *Temas Antropológicos. Revista Científica de Investigaciones Regionales* 39, 2, abril-septiembre, 41-62. Universidad Autónoma de Yucatán, Facultad de Ciencias Antropológicas.
- Baiz Quevedo, F. (2010). *Claves para la escritura de un buen guion*. Recuperado de <http://ge.tt/7e8JXj92/v/0?c>
- Bal, M. (1997). *Narratology. Introduction to the Theory of Narrative*. Toronto: Toronto University Press.
- Branigan, E. (1992). *Narrative Comprehension and Film*. Nueva York: Routledge.
- Buckland, W. (ed.). (2009a). *Film Theory and Contemporary Hollywood Movies*. Nueva York: Routledge.

- Buckland, W. (ed.). (2009b). *Puzzle Films: Complex Storytelling in Contemporary Cinema*. West Sussex: Blackwell Publishing.
- Carroll, N. (1996). "From Real to Reel: Entangled in Nonfiction Film". En: *Theorizing the Movie Image*, 224-252. Nueva York: Cambridge University Press.
- Chion, M. (1994). *Audio-vision. Sound on screen*. Nueva York: Columbia University Press.
- Degraff, A. & Jameson A. D. (2017). *Cinemaps. An Atlas of 35 Great Movies*. Filadelfia: Quirk Books.
- Geaudrault, A. (1987). "Narration and Monstration in the Cinema". En: *Journal of Film and Video*. Vol. 39, No. 2, primavera, 29-36. University of Illinois Press.
- Heath, S. (1977). "Notes on Suture". En *Screen*, Volumen 18, No. 4, Diciembre, 48-76. The John Logie Baird Centre.
- Klein, A. A. & Palmer, R. B. (eds.). (2016). *Cycles, Sequels, Spin-offs, Remakes and Reboots: Multiplicities in Film and Television*. Austin: University of Texas Press.
- Mamber, S. (2017). "Mapeo narrativo". En *Antrópica. Revista de Ciencias Sociales y Humanidades*. Año 3, Vol. 3, No. 5, enero-junio 163-177. Universidad Autónoma de Yucatán, Facultad de Ciencias Antropológicas.
- Niney, F. (2015). *El documental y sus falsas apariencias. Cincuenta preguntas*. México: Centro Universitario de Estudios Cinematográficos, Universidad Nacional Autónoma de México.
- Planells, A. J. (2015). *Videojuegos y Mundos de Ficción. De Super Mario a Portal*. Madrid: Ediciones Cátedra.
- Plantinga, C. R. (2010). *Rhetoric and representation in nonfiction film*. Grand Rapids: Chapbook Press.
- Souriau, É. (1953). "Les grands caractères de l'Univers filmique". En Souriau, Étienne (ed.), *L'Univers filmique*. París: Flammarion.
- Ward, P. (2006). "The Future of Documentary? 'Conditional Tense' Documentary and the Historical Record". En Rhodes, G. D. & Springer, J. P. (eds.). *Docufictions: Essays on the Intersection of Doc-*

umentary and Fictional Filmmaking, 270-283. Jefferson: Mcfarland & Co. Inc. Pub.

Worth, S. (1981). *Studying Visual Communication*. Filadelfia: University of Pennsylvania Press.

Zavala, L. (2003). *Elementos del discurso cinematográfico*. México: Universidad Autónoma Metropolitana.

Zavala, L. (2014). *Semiótica preliminar. Ensayos y conjeturas*. Toluca: Gobierno del Estado de México.

Zavala, L. (2016). “Las fórmulas narrativas en cine y literatura: una propuesta paradigmática”. En *Comunicación y Medios*, 34, 70-81. Universidad de Chile.

A fotografia como elemento de significação em livros didáticos

Photography as signification element in textbooks

João Batista Freitas Cardoso¹

Cristiane Mayumi Morinaga²

55

RESUMEN

El presente artículo busca discutir sobre los cambios en el uso de fotografías en libros didáticos al considerar los cambios en las leyes que versan sobre el derecho de autor y el derecho de uso de imagen, la creación de los parámetros curriculares nacionales y las consecuentes alteraciones en los criterios de aprobaciones de libros didáticos del Gobierno brasileño. Para ello, utilizando como base la teoría semiótica de Charles Sanders Peirce, se analizan tres fotografías, de diferentes períodos, de una misma edición de libros de Geografía.

Palabras clave: imagen, fotografía, libro didáctico, semiótica visual.

ABSTRACT

The aim of this paper is to study the changes in the use of photographs in textbooks considering the changes in the laws that deal with copyright and

¹ Doutor em Comunicação e Semiótica pela PUC/SP, com pós-doutorado em Comunicação pela ECA-USP. Professor no Programa de Mestrado Profissional em Comunicação da USCS e professor no Centro de Comunicação e Letras da Universidade Mackenzie.

² Mestre em Comunicação pela Universidade Municipal de São Caetano do Sul (PP-GCOM-USCS). cristiane.mayumi@gmail.com

Fecha de recepción: 1 de septiembre de 2016

Fecha de aceptación: 13 de febrero de 2017

image use rights, the creation of national curriculum parameters and the resulting changes in the criteria for approval of textbooks by the Brazilian government. In order to do this, using Charles Sanders Peirce's semiotic theory as base, three photographs from different periods of the same edition of Geography coursebooks were analysed.

Keywords: image, photograph, textbook, visual semiotics.

INTRODUÇÃO

56

Ao permitir que os aspectos visuais de um objeto possam ser registrados no papel tais como eles são vistos diretamente, a fotografia, desde sua origem, tornou-se um modo de documentar o mundo (Flusser, 2011). Segundo Boris Kossoy (2007), como a fotografia se desenvolveu ao mesmo tempo em que outras disciplinas científicas se formaram, no início do século xx, sua técnica foi incorporada como instrumento de registro dos objetos de estudo, seguindo os preceitos positivistas tão em voga na época. Isso reforçava a ideia de a fotografia ser uma reprodução verdadeira dos fatos. Nesse sentido, as pessoas passaram a aceitar como realidade aquilo que as fotografias mostravam.

Contudo, Susan Sontag (2004, p. 122) – assim como o próprio Kossoy – chama a atenção para a dimensão da interpretação: “Uma foto muda de acordo com o contexto em que é vista [...]. Cada uma das situações sugere um uso diferente para as fotos”. Desse modo, para entender uma fotografia é preciso decifrar a finalidade a que ela se destina e o contexto no qual foi produzida. Philippe Dubois (2012, pp. 41-42) complementa: “a significação das mensagens fotográficas é de fato determinada culturalmente, [...] não se impõe como uma evidência para qualquer receptor, [...] sua recepção necessita de um aprendizado dos códigos de leitura”.

No caso específico dos livros didáticos, as fotografias são incorporadas ao material com o intuito de complementar e também ilustrar o conteúdo de ensino. Entre os elementos que envolvem o contexto, deve-se considerar o próprio conteúdo das matérias, os textos verbais

relacionados às fotos, assim como as leis que regem o uso de fotografias nesse tipo de publicação.

Tomando como exemplo duas fotografias publicadas na página 15 da edição de 2012 do livro *Saber e Fazer História* (Figura 1-b), utilizadas para ilustrar a matéria que trata da importância das fontes nos estudos da disciplina de História, percebe-se que ambas mostram pessoas de origem africana. Contudo, em uma edição anterior da mesma obra (2009), no capítulo que também trata da importância das fontes históricas, foi utilizada como ilustração a reprodução de uma página de jornal (Figura 2-a).

FIGURA 1 – A. ILUSTRAÇÃO FONTES HISTÓRICAS, 2009; B. ILUSTRAÇÃO FONTES HISTÓRICAS, 2012.

57



FONTE Figura 1-A: Cotrim, Gilberto. *Saber e Fazer História*, 6º ano. São Paulo: Saraiva, 2009.

FONTE Figura 1-B: Cotrim, Gilberto. *Saber e Fazer História*, 6º ano. São Paulo: Saraiva, 2012.

Considerando que a lei de nº 11.645 (2008) – que alterou a lei nº 9.394, que estabelece as diretrizes e bases da educação nacional – passou a exigir o estudo da história e da cultura afro-brasileira e indígena em escolas de todo o país, é natural que a edição de 2012 do livro *Saber e Fazer História*, para atender aos editais do Programa Nacional do Livro Didático (PNLD), tenha feito uso de imagens que representam a cultura afro-brasileira.

58

Partindo da hipótese de que as mudanças nas leis que versam sobre direito autoral e direito de uso de imagem, a criação dos parâmetros curriculares nacionais e as consequentes alterações nos critérios de aprovações de livros didáticos pelo governo brasileiro afetam diretamente a definição das fotografias em livros didáticos, o presente artigo parte da análise de três fotografias publicadas em livros de Geografia, nos anos de 1996, 2002 e 2011, para compreender seus diferentes potenciais de significação.

LEGISLAÇÃO E USO DE IMAGENS EM LIVROS DIDÁTICOS

Desde 1929, quando o Estado criou um órgão específico para legislar sobre políticas do livro didático no Brasil, essa parcela da produção editorial tem se estabelecido conforme as orientações do Governo. Desde então, grande parte do crescimento do setor se deve ao investimento do próprio governo. Segundo o site do Fundo Nacional de Desenvolvimento da Educação³ (FNDE), em 1966 o governo brasileiro distribuiu gratuitamente 51 milhões de livros em três anos. Só no PNLD de 2013, ainda segundo o FNDE, mais de 90 milhões de livros foram distribuídos para escolas públicas de todo o Brasil. Cabe destacar que esta quantidade foi somente para os anos finais do Ensino Fundamental, que, a partir de 2008, passou a ser composto pelos anos 6 a 9, denominado Ensino Fundamental II.

³ www.fnde.gov.br

Ao longo dos anos, alguns decretos e leis foram estabelecendo alterações em relação à responsabilidade de seleção e distribuição dos livros, até que, em 1985, surgiu o PNLD, a partir do qual ocorreram algumas mudanças importantes, tais como indicação do livro didático pelos professores, reutilização do livro (abolindo assim o livro descartável e, conseqüentemente, aperfeiçoando as especificações técnicas para a sua produção) e aumento de número de séries incluídas no programa.

Em 1996, com o intuito de criar um padrão alto de qualidade dos livros didáticos, iniciou-se o processo de avaliação pedagógica dos livros inscritos para o PNLD 1997. A partir daí, universidades públicas nacionais tornaram-se responsáveis por fazer uma pré-seleção dos livros para tentar eliminar problemas como erros conceituais, desatualização, preconceito e discriminação. Ao mesmo tempo, o programa foi sendo ampliado.

Com o intuito de orientar uma boa qualidade na produção dos livros didáticos, em 1998 o Ministério da Educação e do Desporto e a Secretaria de Educação Fundamental lançou os chamados Parâmetros Curriculares Nacionais (PCN). Divididos pelas disciplinas, os PCN são compostos de orientações para professores do Ensino Fundamental. De acordo com os PCN, a intenção é de “ampliar e aprofundar um debate educacional que envolva escolas, pais, governos e sociedade e dê origem a uma transformação positiva no sistema educativo brasileiro”. Na introdução aos PCN, encontra-se a seguinte justificativa:

Os Parâmetros Curriculares Nacionais nascem da necessidade de se construir uma referência curricular nacional para o ensino fundamental que possa ser discutida e traduzida em propostas regionais nos diferentes estados e municípios brasileiros, em projetos educativos nas escolas e nas salas de aula. E que possam garantir a todo aluno de qualquer região do país, do interior ou do litoral, de uma grande cidade ou da zona rural, que freqüentam cursos nos períodos diurno ou noturno, que sejam portadores de necessidades especiais, o direito de ter acesso aos conhecimentos indispensáveis para a construção de sua cidadania (1998, p. 9).

Os PCN recomendam como uma das estratégias de ensino na educação fundamental a utilização de “diferentes linguagens – verbal, musical, matemática, gráfica, plástica e corporal – como meio para produzir, expressar e comunicar suas ideias”. O PCN de Geografia, especificamente, afirma que outras fontes de informação podem ser usadas para se ensinar, como, por exemplo: música, fotografia e cinema. Segundo o PCN, “A Geografia trabalha com imagens, recorre a diferentes linguagens na busca de informações e como forma de expressar suas interpretações, hipóteses e conceitos” (1998, p. 33). Na mesma página, o texto reforça a importância da imagem no ensino de Geografia:

60

Na escola, fotos comuns, fotos aéreas, filmes, gravuras e vídeos também podem ser utilizados como fontes de informação e de leitura do espaço e da paisagem. É preciso que o professor analise as imagens na sua totalidade e procure contextualizá-las em seu processo de produção: por quem foram feitas, quando, com que finalidade etc., e tomar esses dados como referência na leitura de informações mais particularizadas, ensinando aos alunos que as imagens são produtos do trabalho humano, localizáveis no tempo e no espaço, cujos significados podem ser encontrados de forma explícita ou implícita (1998, p. 33).

No mesmo período de implantação dos PCN, a lei nº 9.610, de 19 de fevereiro de 1998, que versa sobre os direitos autorais no Brasil, alterou certas práticas de produção de imagens para livros didáticos. Esta lei passou a ser considerada para as publicações e reproduções de obras literárias, artísticas ou científicas e, conseqüentemente, para o conteúdo do material didático, especialmente no que diz respeito ao uso de fotografias em que exibem pessoas. O uso de imagens de pessoas em ilustrações de livros didáticos foi afetado também pelo Código Civil de 2002 (lei nº 10.406), que, no capítulo 2, aborda a questão do direito à imagem (“Dos Direitos da personalidade”). O Artigo 20 do Código Civil aborda tanto os direitos autorais quanto os de personalidade:

Salvo se autorizadas, ou se necessárias à administração da justiça ou à manutenção da ordem pública, a divulgação de escritos, a transmissão da palavra, ou a publicação, a exposição ou a utilização da imagem de uma pessoa poderão ser proibidas, a seu requerimento e sem prejuízo da indenização cabível, se lhe atingirem a honra, a boa fama ou a respeitabilidade, ou se destinarem a fins comerciais.

Todas essas mudanças foram se refletindo nos editais publicados pelo Ministério da Educação destinados às editoras que desejassem ter seus livros didáticos comprados pelo Estado e distribuídos para as escolas públicas. Desse modo, os livros e as editoras foram se adequando às orientações propostas e isso influenciou forma e conteúdo dos materiais didáticos. Afinal, era e é importante para as editoras conseguirem aprovação para suas coleções.

61

REPRESENTAÇÕES DO IMIGRANTE AÇORIANO NOS LIVROS DE GEOGRAFIA

Para mostrar como as mudanças na legislação influenciam diretamente na produção de imagens para livros didáticos e como essas imagens podem gerar diferentes sentidos, foram analisadas três imagens presentes em livros didáticos de Geografia destinados ao Ensino Fundamental II – em artigo publicado em 2017 (Cardoso; Morinaga), análise semelhante foi realizada em livros de História. Tratam-se de fotografias que ilustram o tema “imigração estrangeira (açoriana) no sul do Brasil” e mostram uma rendeira/renda típica da região estudada. As fotos fazem parte de três edições de um mesmo autor, Melhem Adas, em três anos diferentes: 1996, 2002 e 2011 (Figura 2).

FIGURA 2. PÁGINAS DAS EDIÇÕES DE 1996, 2002 E 2011, DOS LIVROS DE GEOGRAFIA DE MELHEM ADAS (EDITORA MODERNA), QUE TRATAM DA IMIGRAÇÃO AÇORIANA NO BRASIL.



62

FONTES: Adas, Melhem. *Geografia 2: o Brasil e suas regiões geoeconômicas*. São Paulo: Editora Moderna, 1996; Adas, Melhem. *Geografia 6ª série: Construção do espaço geográfico brasileiro*. São Paulo: Editora Moderna, 2002; Adas, Melhem; Adas, Sérgio. *Expedições Geográficas 7*. São Paulo: Editora Moderna, 2011.

A fotografia da edição de 1996 (Figura 3) se apresenta dentro da área de mancha (área diagramada na qual os conteúdos se apresentam), na segunda coluna da página com tamanho impresso nas dimensões de 8,3 x 5,5 cm. A imagem está creditada para Delfim Martins/Pulsar, mas não apresenta referência quanto à data. Há uma legenda sob a foto, com o seguinte texto: “Fig 10.12 – Nos dias atuais, quem viajar a Florianópolis (SC) e se dirigir à Lagoa da Conceição poderá encontrar muitos descendentes de açorianos. Muitos deles se dedicam ao trabalho artesanal de confecção de rendas, utilizando técnicas antigas, trazidas por seus antepassados”.

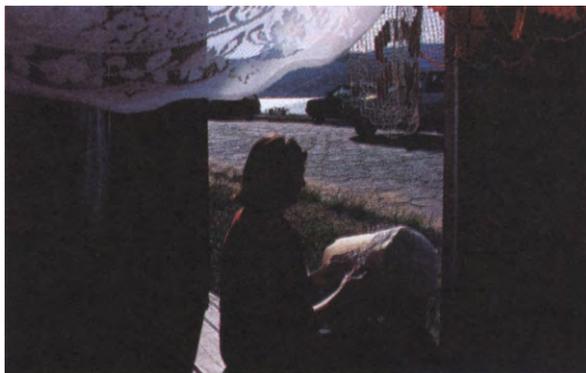
A fotografia retrata uma senhora, com cabelos curtos, usando uma camiseta branca com estampa de uma escola técnica. A mulher não utiliza adornos aparentes e sua pele é morena (como queimada de sol). Ao fundo pode-se ver o detalhe de uma peça rendada branca, na parte superior da fotografia, e o que parece ser uma porta. O interior do ambiente aparenta ser um local rústico. A luz parece vir a partir do lado direito da foto, que está levemente mais iluminado.

A foto da edição de 2002 (Figura 4), com dimensões de 7,7 x 5,0 cm, embora esteja dentro da mancha da página se encontra fora da coluna de texto. A fotografia está creditada também para Delfim Martins/Pulsar, mas agora exibe a data: 2007. O conteúdo da legenda é o mesmo do da anterior.



FIGURA 3.
Fotografia da edição
de 1996.

FONTE: Adas,
Melhem. *Geografia 2:*
o Brasil e suas regiões
geoeconômicas.
São Paulo: Editora
Moderna, 1996.



64

FIGURA 4. Fotografia da edição de 2002.

FONTE: Adas, Melhem. *Geografia 6ª série: Construção do espaço geográfico brasileiro*. São Paulo: Editora Moderna, 2002.

De modo geral, esta foto é bastante escura. A pouca luz que há em seu terço central permite apenas ver a silhueta de uma mulher sentada segurando um objeto, sem que seja possível examinar traços da mulher ou detalhes do objeto. Apenas a legenda traz alguma informação sobre a figura: “Muitos deles se dedicam ao trabalho artesanal de confecção de rendas”. No plano mais ao fundo, de onde vem a luminosidade, percebe-se uma rua de pedras, automóveis, água (talvez um lago) e montanha. No primeiro plano pode-se ver, com mais destaque que o restante da foto, uma faixa de renda branca na parte superior da imagem.

A última foto (Figura 5), da edição de 2011, aparece fora da mancha, sangrada na margem esquerda. Nesta edição, outra foto, que também ilustra a matéria, mostra construções em Joinville (SC). O crédito da imagem, mais uma vez, é para Delfim Martins/Pulsar Imagens e a data é apresentada na legenda (2007). O texto da legenda nessa edição é diferente das outras duas: “Figura 18. A confecção de renda com bilros é uma herança da colonização açoriana em Santa Catarina. Na foto, rendeira de Lagoa da Conceição, estado de Santa Catarina (2007)”.



FIGURA 5. Fotografia da edição de 2011.

FONTE: Adas, Melhem; Adas, Sérgio. *Expedições Geográficas 7*. São Paulo: Editora Moderna, 2011.

Esta fotografia apresenta um plano detalhe de mãos, aparentemente femininas (de uma pessoa branca, pele delicada e sem rugas), fazendo artesanalmente a renda com bilros. O enquadramento da foto se fecha nos apetrechos da produção de renda e nas mãos, mas podemos ver detalhes das pernas da pessoa e um fundo com uma parede de madeira. Comparada às outras duas fotos, esta apresenta qualidade de impressão melhor – devido ao papel e, provavelmente, às técnicas de impressão disponíveis na época.

Considerando que as três fotografias foram produzidas pelo mesmo fotógrafo, para ilustrar o mesmo conteúdo, desenvolvido pelo mesmo autor e para a mesma editora, na parte seguinte examinamos seus potenciais de significações. Para realizar a análise utilizamos a classificação de signos proposta por Charles S. Peirce.

CLASSIFICAÇÃO SEMIÓTICA E IMAGEM FOTOGRÁFICA

De acordo com Lúcia Santaella (2010), ao orientar o processo de análise por meio de uma estrutura lógica, a classificação semiótica de Peirce serve à análise de objetos de diferentes naturezas, entre eles os visuais. Esse método teórico-aplicado fornece padrões que abrangem todos os aspectos epistemológicos e ontológicos do universo dos diferentes tipos de signos visuais: ilustrações, imagens videográficas, fotografias etc.

66 Para Peirce (2012), um *signo* intenta representar alguma coisa para um conceito existente na mente de alguém. Dirigindo-se a uma pessoa, um primeiro signo criará na mente dela um signo equivalente a si mesmo ou, eventualmente, um signo mais desenvolvido. Este segundo signo, criado na mente desse intérprete, recebe a designação de *interpretante*, e a coisa representada é conhecida pela designação de *objeto*. Nesse sentido, qualquer mensagem visual pode ser compreendida como um signo que representa algo para alguém que já tenha em mente algum conceito sobre um determinado objeto.

Considerando as relações que o signo estabelece com si próprio, com o objeto que intenta representar e com o interpretante que gera na mente de um sujeito, Peirce subdividiu os signos da seguinte maneira: na relação do signo consigo mesmo, os signos se apresentam como *quali-signos*, *sin-signos* e *legi-signos*; na relação com o objeto à que se referem, os signos se apresentam como *ícones*, *índices* e *símbolos*; e na relação com o interpretante, como *rema*, *dicente* e *argumento*.

Na relação com o objeto – que mais interessa a este estudo –, um ícone é definido como um tipo de signo capaz de gerar sentido unicamente por manter certos aspectos de semelhança com o objeto à que se refere. Como toda semelhança se dá por meio de relações de comparação, a observação de uma fotografia implica, obrigatoriamente, em um processo mental de comparação com um objeto já visto ou sabido, um conceito que possui certos caracteres semelhantes a esse objeto.

Ainda que o caráter icônico seja importante no processo de compreensão da imagem fotográfica é também preciso considerar seu cará-

ter indicial. O índice deve ser entendido como um tipo de signo que mantém uma relação causal de contiguidade física com o que representa. Para Peirce (2012, p. 52), “na medida em que o índice é afetado pelo objeto, tem ele necessariamente alguma qualidade em comum com o objeto, e é com respeito a estas qualidades que ele se refere ao objeto”. Sob esse ponto de vista, a fotografia teria, necessariamente, alguma qualidade em comum, alguma semelhança, com o objeto à que se refere em razão de ter sido afetada diretamente, fisicamente, por esse objeto. É justamente o caráter indicial que induz à crença da veracidade fotográfica.

Como todo índice carrega em si ícones, esses últimos serão, muitas vezes, os principais responsáveis pela transmissão da informação. Mas é preciso também considerar que a produção dessas fotos se baseia em convenções e normas, signos de terceiridade. Desse modo, no processo de semiose, o interpretante é resultado de uma relação sígnica e não apenas da ação de um único tipo de signo – ainda que um deles deva predominar nesse processo. As relações entre os diferentes tipos de signo em um processo de semiose podem ser explicadas da seguinte forma: os signos regidos pelas leis geram índices que atuam em função da iconicidade que existe neles próprios. Em outros termos, o sentido que uma fotografia pode gerar passa pelo reconhecimento de determinadas características semelhantes com um objeto que, acredita-se, são geradas pela relação de causalidade física entre o dispositivo fotográfico e o objeto que a imagem fotográfica representa; o processo fotográfico, por sua vez, é orientado por certas normas, como se poderá observar na análise realizada.

No que se refere aos interpretantes, que estão relacionados aos sentidos gerados pelos signos no processo de semiose, podem ser definidos como: “o efeito interpretativo que o signo produz em uma mente real ou meramente potencial” (Santaella, 2010, p. 23). Segundo Peirce, os três níveis de interpretantes são: *imediatos*, *dinâmicos* e *final*. O primeiro –que serve a este estudo– se refere ao *potencial interpretativo*. É interno ao signo. Trata-se do nível abstrato, “antes de o signo encontrar um in-

térprete qualquer em que esse potencial se efetive” (p. 24). Quando afirmamos que existem possíveis sentidos que podem ser gerados por esses diferentes tipos de signos – como, por exemplo, as três fotografias dos livros de Geografia –, queremos dizer que existem diferentes potenciais interpretativos nesses signos. Ou seja, os ícones, índices e símbolos, em cada fotografia, tendem a gerar sentidos específicos.

O segundo interpretante, o dinâmico, é o efeito que o signo produz efetivamente em um intérprete. Nesse caso, é importante também a dimensão psicológica do intérprete, pois o signo pode causar um efeito singular em cada intérprete. O terceiro nível, interpretante final, refere-se ao resultado interpretativo ao qual todo intérprete chegaria se os interpretantes dinâmicos do signo fossem levados até seu limite. Por motivos que nos parecem óbvios, não trataremos desses nesse estudo.

68

Com relação ao potencial que um signo tem para gerar uma interpretação específica (*interpretante imediato*), o *rema* pode ser definido como um tipo de signo que representa um possível objeto. Ou seja, um signo de possibilidades, uma mera hipótese. De acordo com Peirce (2012, p. 53), “todo Rema propiciará, talvez, algumas informações, mas não é interpretado nesse sentido”. Por outro lado, o interpretante *dicente* tem uma relação de existência com o objeto, ele se refere a um fato, um evento, uma ocorrência. O *argumento*, seguindo a lógica triádica, é um signo que gera sentido em razão das normas estabelecidas, que envolvem o contexto.

Por fim, vale destacar que, na análise de um objeto concreto, esses tipos de signos não servem simplesmente como meras classificações, mas sim como padrões que fornecem um método analítico que auxilia no processo de entendimento dos significados que possam ser atribuídos a cada elemento comunicacional. Resguardados por esse arcabouço lógico, entendemos que diferentes fotografias, que ilustram uma mesma matéria, fazem uso de diferentes tipos de signos que podem dar origem a interpretantes diversos.

A RELAÇÃO VISUAL/VERBAL NO PROCESSO DE SIGNIFICAÇÃO

Nos livros didáticos, precisamos analisar as reproduções das fotografias como parte do material didático, que inclui imagens e textos. As relações entre os textos verbais e as imagens podem ser estabelecidas de diferentes maneiras, e cada uma dessas maneiras pode gerar diferentes sentidos. Segundo Martine Joly (2012, p. 120), “[...] na maior parte do tempo, é a língua que vai substituir essa incapacidade da imagem fixa de exprimir as relações temporais ou causais. As palavras vão completar a imagem”.

Nas páginas analisadas, existe uma *coexistência*, o visual e o verbal compartilham o mesmo espaço. Nos três casos não ocorre redundância, e sim complementaridade, pois as legendas não repetem o que foi informado no texto do capítulo, mas adicionam algumas informações sobre o mesmo assunto.

Segregando os elementos constitutivos da foto de 1996 podemos perceber as seguintes unidades significantes: a senhora e as ferramentas para fabricar renda em primeiro plano; o pedaço de renda; e a parede de madeira ao fundo. Os elementos em primeiro plano ganham destaque pela “proximidade” em relação ao observador e pelo contraste de cores com o fundo. Pelos tons, a renda também se destaca em relação à parede e à porta de madeira. Em relação ao equilíbrio da foto, a figura humana, que atrai mais rapidamente o olhar, está bem próxima à borda esquerda, e a fabricação de renda está na metade direita da imagem, mais centralizada. Por isso, os apetrechos aparecem em destaque.

Nesse contexto, a imagem sugere, em função do potencial icônico, uma idosa fazendo renda. A legenda, por sua vez, reforça essa suspeita: “Muitos deles se dedicam ao trabalho artesanal de confecção de rendas”. Além disso, a legenda acrescenta uma informação que a imagem, por si, não é capaz de trazer: a senhora é provavelmente uma descendente de açorianos que se dedica à atividade artesanal.

Na foto de 2002, a imagem divide-se em três partes, uma iluminada entre outras duas escuras. O ponto focal, que é para onde o ol-

har primeiro se volta, é a parte central, iluminada. Contudo, ainda que esse ponto esteja claro, a maior parte dos elementos da fotografia apresenta-se com pouca luz –inclusive a rendeira e seus apetrechos. Desse modo, como a figura apresenta-se praticamente como uma silhueta – não há na imagem informações sobre local, identidade da pessoa retratada, nem o que ela está segurando–, a legenda assume a função de explicar a fotografia. Como, provavelmente, a maior parte dos alunos não conhece a forma de se fazer renda na região, a legenda é necessária para a compreensão da imagem.

70

Considerando que as legendas são as mesmas nas duas edições e as imagens são diferentes, podemos inferir que há uma perda em termos de informação em uma delas. Os estudantes de 1996, ainda que não conheçam a técnica do trabalho artesanal de confecção de rendas ou não saibam o seu nome, podem visualizar a artesã fazendo a renda. Os leitores da edição de 2002, por outro lado, não podem visualizar a técnica de renda à que a legenda se refere: “[...] utilizando técnicas antigas, trazidas por seus antepassados”.

A foto de 2011, em relação às outras duas, apresenta o menor número de unidades, pois, em enquadramento fechado, os elementos apresentam-se mais “próximos” ao observador – pode-se perceber apenas a figura (as mãos e o bilro) e o fundo (a parede, as pernas da artesã). A composição dessa foto se baseia na lei da continuidade da *gestalt*: não perdemos informações por haver cortes na foto. A foto, nesse caso, apresenta uma parte pelo todo: pela representação das mãos é possível deduzir que se trata de uma mulher fazendo um trabalho artesanal. A legenda, sob a foto, corrobora a impressão visual: “Na foto, rendeira de Lagoa da Conceição”.

A FOTOGRAFIA COMO ELEMENTO DE SIGNIFICAÇÃO

No que se refere especificamente aos signos visuais, o potencial icônico é fundamental para a compreensão desse tipo de imagem. De acordo

com a segunda tricotomia dos signos de Peirce (que inclui o ícone, o índice e o símbolo):

Um *Ícone* é um signo que se refere ao Objeto que denota apenas em virtude de seus caracteres próprios, caracteres que ele igualmente possui quer um tal Objeto realmente exista ou não. [...] Qualquer coisa, seja uma qualidade, um existente individual ou uma lei, é Ícone de qualquer coisa, na medida em que for semelhante a essa coisa e utilizado como um seu signo. (2012, p. 52)

Segundo Lúcia Santaella, o caráter icônico surge a partir de relações de comparação, especialmente de semelhança: “São as sugestões que estimulam as comparações” (2010, p. 70). Nesse sentido, como as fotografias impressas em livros didáticos servem para informar, complementando ou acrescentando informações ao texto, elas precisam mostrar semelhanças com a uma ideia dada de realidade – nas fotos estudadas, o objetivo principal é mostrar como são as rendeiras descendentes de açorianos em Santa Catarina e como são as técnicas de confecção de rendas empregadas por essas.

No entanto, ainda que o caráter icônico da imagem seja importante no processo de compreensão, como afirmado anteriormente, também é preciso considerar o caráter indicial nas fotografias. Para Peirce (2012, p. 65), a semelhança, no caso da fotografia,

[...] deve-se ao fato de terem sido produzidas em circunstâncias tais que foram fisicamente forçadas a corresponder ponto por ponto à natureza. Sob esse aspecto, então, pertencem à segunda classe dos signos, aqueles que o são por conexão física.

Afinal, os alunos que as vêem impressas nos livros acreditam que o que está retratado corresponde a objetos existentes singulares, partes existentes da realidade. Nos termos de Peirce: “[...] um Índice é um signo que se refere ao Objeto que denota em virtude de ser realmente afetado

por esse Objeto” (2012, p. 52). Aliás, a própria fotografia, em certa medida, é comumente entendida como a representação da realidade, como a constatação de uma coisa ou fato existente. De maneira geral, Jacques Aumont aponta como uma das funções da imagem o modo epistêmico: “A imagem traz informações (visuais) sobre o mundo, que pode assim ser conhecido, inclusive em alguns de seus aspectos não visuais” (p. 80). Portanto, se pensarmos nas fotografias dos livros com a função de mostrar que aquilo retratado existe e faz parte da realidade, o caráter indicial se torna proeminente.

72

Aqui, os interpretantes gerados são dicissignos, signos dicentes. Nas palavras de Peirce, um signo dicente é “um signo que, para seu Interpretante, é um Signo de existência real. Portanto não pode ser um Ícone o qual não dá base para interpretá-lo como sendo algo que se refere a uma existência real” (p. 53). Peirce ainda afirma que este é um “tipo de signo que *veicula* informação, em contraposição ao signo (tal como o ícone) do qual se pode derivar informação” (p. 77). Para ele, a melhor prova para se saber se um signo é um dicissigno é que ele ou é verdadeiro ou falso, mas sem fornecer as razões de ser um ou outro. Ou seja, o dicissigno “deve professar referência ou relato a algo como tendo um ser real independentemente de sua representação como tal e, mais, que esta referência ou relação não deve ser apresentada como sendo racional, mas sim surgir como uma Segundidade cega” (pp. 77-78).

Por manter uma relação direta com o objeto que representa, a fotografia tem o potencial para indicar um existente. No entanto, esse tipo de signo, como qualquer signo de secundidade, carrega em si signos de primeiridade, quali-signos, signos esses que serão, muitas vezes, os responsáveis por transmitir uma informação. Para Peirce (p. 52), um “*Qualissigno* é uma qualidade que é um signo. Não pode realmente atuar como signo até que se corporifique; mas esta corporificação nada tem a ver com seu caráter como signo”. Nesse sentido, a imagem na fotografia será compreendida em função da crença em que essa guarde alguma semelhança com o objeto que representa.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Em outro artigo (Cardoso & Morinaga, 2017), em que apresentamos o resultado das análises de três fotografias publicadas em três diferentes edições do livro *Saber e Fazer História* (Gilberto Cotrim, 1999, 2009 e 2012) – que ilustraram conteúdo referente ao *impeachment* do ex-presidente Fernando Collor de Melo –, a análise semiótica nos revelou que cada foto tem o potencial de fornecer ao estudante algumas informações sobre os acontecimentos que as outras duas não possuem. Esse resultado vem ao encontro do observado neste estudo.

No presente texto, pode-se perceber que, na primeira edição (Figura 3), é possível ver uma mulher confeccionando uma renda e, por meio da legenda, entender que ela é uma descendente de açorianos e que está empregando uma técnica tradicional de artesanato. Porém, o estudante não é informado sobre o tipo de técnica que é utilizada pela artesã. Na segunda edição (Figura 4), ainda que a legenda informe que a figura é de uma descendente de açorianos e que ela está utilizando uma técnica tradicional de confecção de renda, a baixa luminosidade da cena não permite visualizar tal técnica. Diferente das edições anteriores, a fotografia da terceira edição (Figura 5), além de mostrar em destaque a técnica de renda, informa na legenda o seu nome: “[...] confecção de renda com bilros”. Permitindo, assim, ao estudante reconhecer, em parte, uma técnica artesanal específica de uma dada comunidade.

Levando em consideração que essas fotos devem ser didáticas, claras e informativas, o que se espera delas é que os alunos acreditem, por meio do índice, que tais imagens exibem, por meio ícone, o que as legendas afirmam. Nesse sentido, o aluno deverá crer que “bilro” é exatamente aquilo que se mostra na figura da edição de 2011 e que a mulher rendeira da figura da edição de 1996 é um biótipo de descendentes de açorianos, que representa a constituição hereditária de seu grupo.

Considerando que a produção dessas fotos se baseia em convenções e normas, *legi-signos*, a impressão que fica é a de que: (1) na edição de 1996, em que o caráter indicial legitima o aspecto icônico, a foto

visa mostrar uma representante da comunidade de imigrantes açorianos realizando uma atividade artesanal; (2) na edição de 2002, na tentativa de adequar-se às recentes normas, não se apresenta com clareza a imagem, comprometendo o potencial icônico e, naturalmente, o sentido desejado; e (3) na edição de 2011, em razão das limitações impostas pelas leis, é dado mais destaque à técnica e tipo de artesanato que à imagem do descendente de imigrantes – se reestabelecendo, de uma nova maneira, a relação indicial-icônica e, por sua vez, os potenciais dicente e remático. Essas relações sógnicas revelam que cada foto tem um determinado potencial para fornecer ao estudante informações sobre uma face do objeto.

74

REFERÊNCIAS

- Aumont, J. (2012). *A imagem*. Campinas: Papirus Editora.
- Ministério da Educação/Fundo Nacional de Desenvolvimento da Educação/Secretaria de Educação Básica (2011). *Edital de Convocação 06/2011*. Brasília: CGPLI.
- Secretaria de Educação Fundamental (1998). *Parâmetros Curriculares Nacionais: Geografia*. Brasília: MEC/SEF.
- Cardoso, J. B.; Morinaga, C. M. (2017). A fotografia em livros didáticos: entre provas e semelhanças. *Revista Logos*, 3, 1-15. Recuperado de <http://www.e-publicacoes.uerj.br/index.php/logos/article/view/19173>.
- Dubois, P. (2012). *O Ato Fotográfico*. São Paulo: Papirus Editora.
- Flusser, V. (2011). *Filosofia da Caixa Preta: Ensaios para um futura filosofia da fotografia*. São Paulo: Annablume.
- Joly, M. (2012). *Introdução à Análise da Imagem*. Campinas: Papirus Editora.
- Kossoy, B. (2007). *Os Tempos da Fotografia: o efêmero e o perpétuo*. Cotia: Ateliê Editorial.
- Peirce, C. S. (2012). *Semiótica*. São Paulo: Perspectiva.

- Santaella, L. (2010). *Semiótica Aplicada*. São Paulo: Cengage Learning.
Sontag, S. (2004). *Sobre Fotografia*. São Paulo: Companhia das Letras.

Documentos de Análise

- Adas, M. (1996). *Geografia 2: o Brasil e suas regiões geoeconômicas*.
São Paulo: Editora Moderna.
Adas, M. (2002). *Geografia 6ª série: Construção do espaço geográfico
brasileiro*. São Paulo: Editora Moderna.
Adas, M.; Adas, S. (2011). *Expedições Geográficas 7*. São Paulo: Editora
Moderna.

Sentido en discursos narrativos de estudiantes de nivel medio superior sobre el delito: caso Puebla

Elsa Chávez Álvarez

RESUMEN

Los discursos entendidos como tejidos estructurados a partir de experiencias, sugieren narraciones secuenciales que parten de hechos concretos, por lo que es necesario un espacio para analizar lo que dichas narraciones implican no sólo en términos de estructuras discursivas, sino en aspectos de sentido. Pues la intención o dirección de esas narraciones es lo que podría ayudar a entender determinados fenómenos, no sólo con el fin de divulgarlos, sino más bien comprender para actuar. Ahora bien, la siguiente propuesta centra su análisis en los discursos narrativos de estudiantes de nivel medio superior del estado de Puebla que han tenido alguna experiencia cercana al fenómeno llamado *huachicol*, que hace referencia al robo de hidrocarburo, lo anterior a partir de la teoría semiótico-narrativa de Algirdas Julien Greimas, para ubicar el sentido de lo que se dice entre jóvenes que tienen cierto grado de implicación en el fenómeno, mas no en el delito de robo de hidrocarburo.

Palabras Clave: discurso, narración, experiencias, sentido, semiótica-narrativa.

ABSTRACT

Discourses understood as structured tissues from experiences, suggest sequential narrations that start from concrete facts, so it is necessary a space to analyze what these narrations imply not only in terms of discursive structures, but in aspects of meaning, since the intention or direction of these narrations is what could help to understand certain phenomena, not only in order to disseminate them, but rather to understand to act. Now, the following proposal focuses its analysis on the narrative discourses of youngers between 15 and 20 years old of the state of Puebla who have had some experience close to the phenomenon called *huachicol*, which refers to the theft of hydrocarbons, from narrative semiotic theory of Algirdas

77

Julien Greimas, to locate the sense of what is said among young people who have some degree of involvement in the phenomenon, but not in the crime of hydrocarbon theft.

Keywords: discourse, narration, experience, sense, narrative semiotic.

INTRODUCCIÓN

78

Los sistemas de comunicación han sido objeto de estudio de diferentes áreas que conciernen al lenguaje; no obstante, han despertado grandes polémicas respecto a cuál es el objeto de estudio de la comunicación misma, cuestionamiento que aún sigue en el aire, y aunque existan propuestas que intentan responder dicha pregunta, hay quienes aluden a la poca pertinencia de la comunicación como ciencia. Abordar la polémica anterior no es materia de este escrito; sin embargo, permite abrir una discusión respecto a los sistemas de comunicación como materia principal de la semiótica, puesto que en lo que sí hay un consenso es en el hecho de que el lenguaje es una matriz de identidad, ya que cada cual emplea los signos de una lengua de manera particular, lo cual marca una diferencia entre cada hablante.

Si bien se habla de sistemas de comunicación, es necesario mencionar elementos que forman dicho sistema, tales como: actores, instrumentos, expresiones y representaciones (Martin Serrano, 1982), es a partir de lo anterior que se puede hablar de la relación ineludible entre los elementos antes mencionados con los discursos que surgen como producto de las interacciones de dichos actores del sistema, por lo que cabe destacar la importancia que cobran estos discursos, al ser las estructuras que materializan las expresiones de los actores a través de representaciones, mismas que sustituyen objetos de realidades concretas con el fin de enseñar o comunicar.

Al hablar de realidades concretas se hace imprescindible el seleccionar un aspecto de la realidad que permita ejemplificar cómo funcionan los sistemas de comunicación, cuáles son los discursos, los actores, las

expresiones y las representaciones mismas, por lo que se ha seleccionado el delito en Puebla como el objeto de estudio principal, ya que dicho estado perteneciente a la república mexicana ocupa el 5º lugar en mayor población con 6 168 883 habitantes (INEGI, 2015), lo cual hace de esta región un lugar con altos índices de delincuencia, tal es el caso que en años recientes se ha identificado como una de las zonas con mayor cantidad en robo de hidrocarburo, hasta el punto de considerar a municipios de este estado como una franja o triángulo rojo, donde al atravesar un ducto de PEMEX (Petróleos Mexicanos), se hace más común el robo de combustible.

Si bien lo referenciado alude a un delito que para llevarse a cabo pareciera requerir de toda una organización que colabore en el mismo, dichas organizaciones suelen apoyarse en jóvenes que inician su carrera hacia el delito primero como espías y, posteriormente, ya como ordeñadores, transportadores o vendedores de combustible, por lo cual desmenuzar lo que jóvenes perciben sobre el delito cobra especial relevancia, además de ser vecinos o habitantes de una zona donde este tipo de robo se ha convertido en uno de los más recurrentes.

Ahora bien, para dilucidar la importancia de las representaciones en los discursos, los contenidos y objetivos de estos, así como el sentido que se genera a partir de las experiencias, es necesario establecer objetivos específicos que guíen este documento con el fin de ser claros al momento de presentar definiciones, reflexiones o aplicaciones a realidades concretas, por lo que se presentan los siguientes propósitos:

OBJETIVO GENERAL

- Analizar los discursos narrativos de estudiantes de nivel medio superior del estado de Puebla a través de la propuesta semiótico-narrativa de Algirdas Julien Greimas para ubicar el sentido de las narraciones respecto al delito.

OBJETIVOS ESPECÍFICOS

80

- Recopilar discursos narrativos de estudiantes de nivel medio superior del estado de Puebla mediante entrevistas para materializar sus expresiones respecto al delito.
- Aplicar la teoría semiótico-discursiva de Algirdas Julien Greimas a los discursos narrativos recopilados a través del desglose del modelo actancial para identificar actantes y relaciones lógicas en los discursos de los jóvenes.
- Ubicar el sentido de las narraciones de jóvenes del estado de Puebla mediante la identificación de campos semánticos empleados en sus discursos para establecer un objeto de conocimiento en materia de comunicación.

Los objetivos anteriores establecen criterios de análisis, donde los jóvenes evidenciarán su percepción respecto al delito, para la consecución de los mismos será necesario primero clarificar los conceptos que rigen este proyecto, lo anterior con el fin de procurar la pertinencia no sólo del diseño metodológico, sino también el rigor conceptual, por lo que el primer paso es aludir a la propuesta teórica que propone Algirdas Julien Greimas, misma que contempla el descubrir el sentido que tienen los discursos narrativos, y aunque en un primer momento se podría pensar en discursos literarios, lo cierto es que narración existe en todo momento, de ahí que vale la pena aplicar esta propuesta a discursos narrativos que provengan tanto de un contexto literario como de la experiencia, discursos que retomen una perspectiva propia respecto a algo.

Ahora bien, los discursos materia de este trabajo serán aquellos que provengan de jóvenes que tienen cerca el contexto del delito, concepto que es definido por Machicado (2010) como “todo acto humano voluntario que se adecuaba al presupuesto jurídico de una ley penal” (p.3); es decir, implica acciones u omisiones incluso, lo cual hace hincapié en la necesidad de valorar a los sujetos no solo en relación con el ser, sino al

ser+hacer. A partir de ahí, aunque es posible se haga referencia a delitos en general que sucedan de manera constante en el entorno geográfico de los estudiantes de nivel medio superior, sí existirá una especial importancia por el robo de combustible, que de manera hipotética, aunque sí evidenciada en cifras y datos aportados por seguridad pública del estado de Puebla, se ha convertido en el delito más común en la región, llamada *triángulo rojo*. Este tipo de robo se ha transformado ya en un fenómeno social, en tanto que se materializa en el lenguaje, pues ha posibilitado que el código oral sea modificado en el sentido que se les da a algunas palabras, ejemplo de ello es que han surgido términos concretos para referirse a ciertos actores o acciones dentro del delito, tal es el caso de huachicol, palabra de raíz náhuatl que alude a una mezcla de elementos, y que en Puebla, como en algunos otros estados de la república donde también se da dicho fenómeno, es un término que se ha popularizado e incluso posicionado como si se tratara de una moda. De dicha palabra se desprende huachicolero, el cual se refiere a quien se dedica al robo, transportación o venta, entre otras actividades, que involucran combustible. Pues bien, es el lenguaje el que permite centrarse en la reflexión y autoconciencia (Maturana, 2007), de ahí su carácter de fenómeno social.

81

Hablar de un fenómeno social implica considerar todos aquellos elementos que intervienen en él, no con el fin de sólo divulgar o difundir lo que acontece, ya que eso es lo más cercano a la sociedad, pues tanto los medios, digitales o impresos, tienen la facultad y facilidad para dar a conocer este tipo de hechos; lo que este estudio pretende es contribuir a que el fenómeno sea entendido para actuar en lo sucesivo, a partir de estrategias que tengan como precedente el sentido y significados que la sociedad en general da a estos hechos.

Por su parte, al hablar de elementos que intervienen, se abre una brecha para identificar a los sujetos y sus acciones principalmente, lo que Greimas llama actantes, mismos que se desglosan en un modelo actancial. De esta manera se tendría un objeto de deseo, un sujeto que desea, alguna motivación a la acción, destinador, y un destinatario en

consecuencia, además de un ayudante del sujeto para obtener el objeto, así como un oponente.

En otro aspecto, la expresión es aquello que materializa al signo (representación) y donde se manifiesta el contenido, para lo anterior se recurre a los sistemas donde se construyen las conceptualizaciones generales a partir de las individuales, lo cual, en consecuencia, genera discursos; es decir, tejidos a partir de constructos con significaciones específicas que al ser interpretados generan sentido entre quien está susceptible a dicho discurso. Pecheux y Robin (citado en Karam, 2005, p. 3) la definen como una “práctica social vinculada a sus condiciones sociales de producción, y a su marco de producción institucional, ideológica cultural e histórico coyuntural”.

82

Ahora bien, dichos tejidos se estructuran de forma tal que es posible identificar secuencias independientemente del género discursivo del que se trate; no obstante, cuando son discursos que refieren experiencias o puntos de vista; es decir discursos narrativos. En cuanto a discurso se refiere, es prudente resaltar el concepto y definirlo como “una forma de hablar en la que se dan significados a experiencias desde una perspectiva particular” (“a way of speaking which gives meaning to experiences from a particular perspective” Jorgensen y Phillips, 2002, pp. 66-67). Las secuencias implican una serie de transformaciones que desde la perspectiva de Greimas constituyen el esquema narrativo, donde existe la fase de manipulación, que inicia o motiva la acción, posteriormente entra la de competencia, que valora las habilidades del sujeto para desempeñar la acción, mientras que la fase de performance implica la ejecución de la acción, para finalizar se da la fase de sanción, donde se premia o se concede el objeto de deseo. El esquema anterior remite a las transformaciones que se encuentran implícitas en los discursos narrativos, donde se dan relaciones de carencia, adquisición y pérdida, aspectos que sería posible desglosar en los discursos narrativos de jóvenes de nivel media superior que hayan tenido alguna experiencia cercana a algún delito.

Los discursos narrativos parten de significados concretos, los cuales son únicos en virtud de que son entendidos por una mayoría de la

misma forma, en cambio, el sentido, es una cuestión particular que dependerá de cada intérprete, no sólo del discurso, sino también de las experiencias a las que se ha expuesto, entonces, el sentido es “ el significado individual de la palabra separado del sistema objetivo de enlaces y relaciones; y está ligado a una situación concreta afectiva por parte del sujeto” (Montealegre, 2004, p. 246), en virtud de lo cual, un mismo hecho sucedido a un grupo de sujetos puede tener múltiples sentidos a partir de lo que cada sujeto experimente no sólo en el momento del hecho, sino incluso antes del mismo.

METODOLOGÍA

83

El diseño de investigación que rige este proyecto es cualitativo, puesto que la intención no es cuantificar aspectos del delito, sino que comprender la percepción que tienen del delito a partir de experiencias cercanas que han tenido. Lo anterior implica que el estudio es de corte descriptivo, pues más allá de explicar relación entre variables, o descubrir aspectos del delito, se pretende únicamente encontrar el sentido que un grupo de sujetos tiene respecto al delito mismo.

El universo que compete al trabajo son estudiantes de nivel medio superior del estado de Puebla, México, cabe señalar que en esta región los niveles educativos se dividen en:

- Básico: Primaria
- Media Básica: Secundaria
- Media superior: Bachillerato
- Superior: Universidad

El muestreo fue no probabilístico por conveniencia, y contempló a 11 estudiantes de la preparatoria 2 de octubre de 1968 del Complejo Regional Centro en Tepeaca, Puebla, México, perteneciente a la Benemérita Universidad Autónoma de Puebla (BUAP), institución a la que

llegan jóvenes de diferentes comunidades que pertenecen al municipio de Tepeaca, el cual ha sido incluido en el llamado Triángulo Rojo, una zona catalogada como foco rojo por el robo de hidrocarburo.

La técnica de investigación empleada fue la entrevista estructurada, ya que es indispensable contemplar un cuestionamiento que vaya más allá de escalas de medición, y que brinde la pauta para que se puedan extraer tanto datos concretos como puntos de vista respecto a ciertos fenómenos, sobre todo de carácter social, de ahí que la entrevista sea la técnica más idónea para identificar la percepción del entrevistado.

El instrumento de recolección de datos que se empleó fue un cuestionario que contempló aspectos semióticos, demográficos, sociográficos y psicográficos, ya que, al tratarse de temas sociales, es necesario recurrir al desglose de las características que en algún momento pueden incidir en el objeto de estudio.

84

Variable	Indicadores	Subindicadores
Estudiantes	Perfil demográfico	Edad
		Género
		Escolaridad
		Lugar de residencia
		Tiempo de residencia
		Situación económica
Entorno/contexto	Perfil sociográfico	Número de miembros de familia
		Actividades de ocio
Discurso narrativo	Perfil psicográfico	Gustos
		Percepción respecto al delito
		Valores
		Aspiraciones

TABLA I. OPERACIONALIZACIÓN DE VARIABLES

FUENTE: elaboración propia

RESULTADOS

Los entrevistados fueron seleccionados al azar y el criterio para elegir la institución educativa fue el de seleccionar una escuela de nivel medio superior que concentrara a estudiantes de la región, por lo que la preparatoria 2 de octubre de la BUAP fue la mejor alternativa, ya que llegan estudiantes de los municipios aledaños a la zona del llamado triángulo rojo.

PERFIL DEMOGRÁFICO						
Entrevistados	Género	Edad	Lugar de residencia	Tiempo de residencia	Semestre que cursa	Percepción respecto a situación económica de su familia
Entrevistado 1	Mujer	17 años	Tepeaca	17 años	6º	Regular
Entrevistado 2	Mujer	18 años	Tepeaca	18 años	6º	Regular
Entrevistado 3	Hombre	16 años	Tepeaca	16 años	4º	Buena
Entrevistado 4	Hombre	16 años	Tepeaca	16 años	2º	Buena
Entrevistado 5	Hombre	17 años	Tepeaca	17 años	4º	Buena
Entrevistado 6	Mujer	17 años	Tepeaca	17 años	6º	Regular
Entrevistado 7	Hombre	17 años	Tepeaca	17 años	6º	Regular
Entrevistado 8	Mujer	15 años	Tepeaca	15 años	2º	Regular
Entrevistado 9	Mujer	17 años	Tepeaca	17 años	6º	Regular
Entrevistado 10	Hombre	17 años	Tepeaca	13 años	4º	Buena
Entrevistado 11	Mujer	17 años	Tepeaca	17 años	4º	Buena

85

TABLA 2. PERFIL DEMOGRÁFICO DE ENTREVISTADOS

FUENTE: elaboración propia

Como es posible observar, la Tabla 2 muestra el perfil demográfico de los entrevistados, mismo que guarda un equilibrio entre hombres y mujeres con edades que van desde los 15 hasta los 18 años, además, todos los entrevistados dijeron ser del municipio de Tepeaca, aún y cuando

86 varios de ellos pertenecen a otros municipios o localidades cercanas, desde luego esta condición no puede afirmarse por completo para el caso de los entrevistados, ya que la entrevista no contempló que mostraran alguna identificación que apoyara o refutara el dicho de estos estudiantes, por ello, se da por hecho que los entrevistados radican desde su nacimiento en dicho municipio. A partir de lo anterior, es posible suponer que son jóvenes que saben de primera fuente lo que ha sucedido tanto en su municipio como en la región misma, pues, no necesitan pedir referencias a otras personas del nivel de seguridad, ya que tanto ellos como sus familias lo han vivido generación tras generación, lo cual proporciona un cierto grado de certidumbre respecto a lo que refieren al ser entrevistados.

Ahora bien, respecto al perfil sociográfico, es necesario hacer referencia a la familia, ya que es el núcleo que brinda las pautas para el comportamiento de los individuos; es decir, puede ser determinante respecto a la forma en que los estudiantes perciben el delito. Si bien el presente documento no es un estudio con énfasis en comportamiento o en los valores, estructura y tamaño de las familias, sí representa un elemento crucial en el estudio, pues, por un lado posibilita entender el aspecto social, en virtud del tamaño del núcleo familiar y, por el otro, permite suponer, como ya se ha externado líneas antes, las razones que sustentan la forma de percibir el delito entre los jóvenes estudiantes de nivel medio superior.

Entrevistados	Perfil sociográfico		
	Percepción respecto a la situación económica de su familia	Número de integrantes de familia que viven en la misma casa	Actividades realizadas en el tiempo libre
Entrevistado 1	Regular	De 2 a 4 personas	Trabajo
Entrevistado 2	Regular	De 5 a 7 personas	Trabajo
Entrevistado 3	Buena	De 2 a 4 personas	Trabajo

Entrevistado 4	Buena	De 5 a 7 personas	Entretenimiento en internet, televisión u otros medios de comunicación.
Entrevistado 5	Buena	De 2 a 4 personas	Diversión al aire libre
Entrevistado 6	Regular	De 2 a 4 personas	Diversión al aire libre
Entrevistado 7	Regular	De 2 a 4 personas	Trabajo
Entrevistado 8	Regular	De 5 a 7 personas	Entretenimiento en internet, televisión u otros medios de comunicación.
Entrevistado 9	Regular	De 8 a 10 personas	Videojuegos
Entrevistado 10	Buena	De 2 a 4 personas	Entretenimiento en internet, televisión u otros medios de comunicación.
Entrevistado 11	Buena	De 2 a 4 personas	Diversión al aire libre

TABLA 3. PERFIL SOCIOGRÁFICO

FUENTE: Elaboración propia

En la Tabla 3 se observa que las actividades que realizan los entrevistados en sus tiempos libres van desde trabajar; divertirse al aire libre, principalmente practicando algún deporte, hasta entretenerse en internet y televisión. De igual forma, dicha tabla muestra que los estudiantes perciben su situación económica como regular, en su mayoría, aunque también hay quienes la perciben como buena, sin llegar a lo excelente, lo anterior suponen que podría ser por los frecuentes robos que se dan en la zona, tal como lo refiere el entrevistado 3: “En los negocios de mis padres, cada semana llegan billetes 2 o 3 falsos... la mayoría los devolvemos, pero en otros casos los tomamos por error” (enero, 2018), el fragmento anterior retrata sólo un ejemplo de lo que refieren los habitantes, tutores o jefes de familia de la región, que son en su mayoría comerciantes, si bien no se refiere a un robo convencional, sí constituye un delito que se genera en consecuencia a la falsificación, situaciones que impiden que las familias incrementen su patrimonio.

Por su parte, el tamaño de las familias es relativamente pequeño, ya que son de hasta 4 integrantes que viven en el mismo hogar, lo cual no hace explícito que tengan un vínculo sanguíneo, ya que eso no se cuestionó; sin embargo, sí se hace referencia a que tienen un mismo jefe de familia, casos especiales son los entrevistados que aseveran viven por lo menos más de cuatro personas y menos de ocho, que ya constituyen una familia de mediana a grande.

Ahora bien, no fue posible establecer una relación concreta entre tamaño de familia y percepción de la situación económica, ya que entrevistados pertenecientes a familias pequeñas, de dos a cuatro personas, perciben su situación económica como regular, mientras que entrevistados de familias de medianas a grandes, perciben una buena situación económica en sus respectivas familias; no obstante, en lo sucesivo, es posible establecer una relación de tamaño y percepción de situación con sus creencias y valores respecto al delito.

88

En lo concerniente a sus gustos, que es un aspecto psicográfico, en las entrevistas externaron su deseo por practicar algún deporte, hacer ejercicio, leer, viajar y finalmente trabajar, aunque esta última actividad es la que más predomina en cuanto a su práctica en los tiempos libres. Lo anterior implica que fuera de la escuela, pasan más tiempo en sus negocios familiares, ya que como se ha comentado, es una de las zonas comerciales más importantes en el estado de Puebla, por la actividad de siembra de verduras y hortalizas, además de estar cerca de las dos centrales de abasto más grandes de Puebla, de ahí que el comercio sea una de las principales actividades de los habitantes de la región.

Pues bien, entre las aspiraciones, que desde la teoría de Greimas puede llamarse el objeto de deseo, los entrevistados refieren que es seguir estudiando, incluso manifiestan que una de las razones por las que se inscribieron en la institución donde estudian, es porque se considera la antesala para su ingreso a la universidad pública más importante del estado de Puebla, la BUAP, así que desde esa perspectiva podría empezar a construirse un modelo actancial, donde los estudiantes funjan como

el sujeto, y su oponente principal las condiciones económicas ya sea de su familia o su entorno.

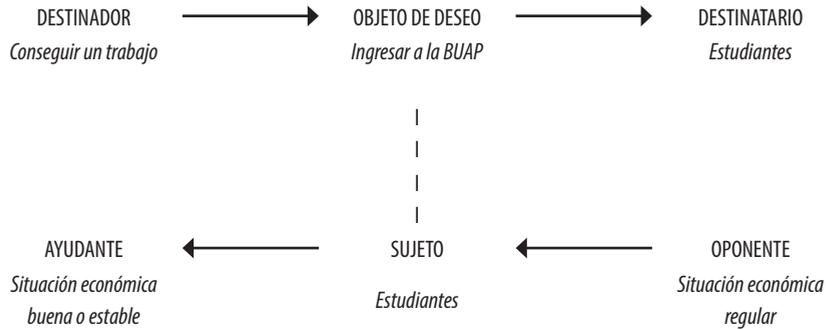


FIGURA 1. Modelo actancial

FUENTE: Elaboración propia

Como se aprecia en el modelo anterior, existe un objeto de deseo claro, que para ser logrado requiere de una estabilidad económica; no obstante, en múltiples ocasiones no es posible tenerla, de ahí que se cuestionó respecto a si el delinquir puede o no ser justificado, a lo cual respondieron:

Entrevistado	Justificación de algún delito	Carencias que justifican algún delito
Entrevistado 1	"Para mi ningún delito está totalmente justificado"	"Ninguna"
Entrevistado 2	"Pienso que no, después de todo no deja de ser delito, pero luego nos encontramos con algo como <el fin justifica los medios> y creemos entonces que todo está a favor y por ello la presencia de delitos aumenta al por mayor día con día".	"Supongo que en primer estancia... debería ser verificado de manera mental... considerando eso, quizá la condena sea menor pero no debe desaparecer".
Entrevistado 3	"No hay justificación para ningún delito, en su mayoría se hacen con el fin de ganar dinero, pero siempre se debe trabajar honradamente"	"Ninguna, pero si tuviese que decir alguna, sería para conseguir dinero para algún familiar enfermo".

Entrevistado	Justificación de algún delito	Carencias que justifican algún delito
Entrevistado 4	“Sí, en ocasiones la vida no da las oportunidades necesarias para sustentar una familia o a uno mismo, cosa que lleva a cometer actos ilegales con tal de salir de esa situación, quizá no es lo éticamente correcto, pero se debe encontrar una u otra forma de sobrevivir al día tras día”.	“Salud, familia, educación”
Entrevistado 5	“No, a pesar de que algunos delitos dejan mucho dinero... esto no justifica perjudicar a otros para conseguir ese dinero”.	“Por necesidad”
Entrevistado 6	“La pobreza tal vez”	“Llevar un taco a la boca”
Entrevistado 7	“No, porque si necesito algo puedo trabajar para ganarlo o simplemente pedir ayuda para conseguirlo. Si robase haría un mal directo e indirecto”.	“No tener ningún tipo de recursos familiares ni educativos, además de una enorme desesperación o propensión a resolver todo inmediatamente”.
Entrevistado 8	“No”	“La falta de la economía, para sustentar a la familia”
Entrevistado 9	“No, ninguna”	“De dinero”
Entrevistado 10	“Nooooo”	“Yo creo que aunque seas la persona más pobre hay otras maneras de obtener recursos”.
Entrevistado 11	“Depende del agresor y las justificaciones verdaderas”	“No lo sé, creo que depende de la situación”.

TABLA 4. JUSTIFICACIÓN Y CARENCIAS PARA EL DELITO

FUENTE: Elaboración propia

Si bien la mayoría de los entrevistados manifiesta que no hay justificación para delinquir, al cuestionarles de nuevo sobre las carencias que podrían justificar un delito, se pudo observar que en su percepción sí existe alguna necesidad que podría hacerles caer en ello, ahora, los mismos entrevistados manifestaron que el robo es el más común, que su situación económica en general es regular, que desean seguir estudiando y que la

familia, salud o simplemente dinero, sería una justificación para delinquir. Las líneas anteriores no pretenden aseverar que los entrevistados caerán en algún momento en la delincuencia, pero es posible que en su entorno conozcan a quienes cometan estos actos y desde su percepción pueda justificarse en alguna medida, además cabe recordar que Tepeaca es una de las zonas consideradas dentro del Triángulo Rojo, donde el robo, compra y venta de hidrocarburo es de las actividades más recurrentes. En continuas ocasiones, el ejército rodea las calles de los lugares considerados como focos rojos, por tanto, no es difícil imaginar que los entrevistados estén inmersos en el fenómeno social, mas no en el delito, puesto que eso no puede comprobarse en este estudio.

Respecto al haber tenido experiencias cercanas al delito, o haber sido testigo del mismo, la mayoría expresa no haber tenido experiencias de ese tipo, quizá esa respuesta se relacione con que todos los entrevistados manifiestan sentirse muy inseguros con lo que sucede en la zona, de ahí que eviten hablar del tema y se limiten a decir que el robo de sustancias ilegales, de combustible y de vehículos es lo que más predomina, además, cabe decir que lo concerniente a vehículos está muy ligado al robo de combustible, ya que en varias ocasiones se ha documentado que esos vehículos robados son para el transporte de hidrocarburo ilegal; sin embargo, 4 de los entrevistados dijeron que sí han sido testigos de actos delictivos, y uno de ellos mencionó: “el robo de hidrocarburo, militantes permiten eso” (entrevistado 2, comunicación persona, enero, 2018), dicha frase refiere a militantes, lo cual corrigió posteriormente por militares, situación que se refuerza porque hay presencia del ejército en la zona de Tepeaca, Puebla.

91

CONCLUSIONES

Para construir esta sección es necesario retomar los objetivos planteados, por lo que a continuación se empezará por responder los objetivos específicos y al final el objetivo general, ya que cabe recordar que los

específicos son los que permiten la consecución del objetivo principal, pues los primeros representan el cómo y el para qué del general.

En virtud de lo anterior, el primer objetivo específico fue recopilar discursos narrativos de estudiantes de nivel medio superior del estado de Puebla mediante entrevistas para materializar sus expresiones respecto al delito. Se hicieron 11 entrevistas estructuradas a estudiantes de la preparatoria regional 2 de octubre de 1968 perteneciente al Complejo Regional Centro en Tepeaca, institución que pertenece a la BUAP. El criterio de selección de estudiantes fue al azar entre 6 grupos de dicha institución.

92

El segundo objetivo específico fue aplicar la teoría semiótico-discursiva de Algirdas Julien Greimas a los discursos narrativos recopilados a través del desglose del modelo actancial y cuadro semiótico para identificar actantes y relaciones lógicas en los discursos de los jóvenes, donde se pudo constatar que el objeto de deseo de los entrevistados es continuar estudiando, principalmente en la BUAP, que es la universidad pública más grande e importante del estado de Puebla, donde aquello que los motiva a seguir preparándose es el conseguir mejores trabajos y formas diferentes de vida. Por lo que será necesario contar con la suficiente solvencia económica para seguir su preparación, pues de lo contrario refieren que podrían trabajar en los negocios, comercios principalmente, de sus familiares, de ahí que los actantes de dicho modelo sean los siguientes:

- Sujeto: Estudiantes
- Objeto de deseo: Seguir estudiando (Ingresar a la universidad)
- Destinador: Conseguir un empleo y una forma diferente de vida
- Destinatario: Estudiantes
- Ayudante: Situación económica estable
- Oponente: Carencias económicas

Ahora, si bien las carencias económicas son el oponente, estas carencias pueden traer como consecuencia que los grupos criminales organizados, sea de robo de hidrocarburo o de cualquier otra índole, puedan

convertirse, aparentemente, en ayudantes de los sujetos (estudiantes), convirtiéndolos así en presa fácil, lo que a largo plazo generaría que estos sujetos no tengan el objeto de deseo (seguir estudiando), pues también existe un perfil específico de los sujetos que se dedican a delinquir, ya que en una gran mayoría carecen de formación profesional, y aunque en el caso de los entrevistados tengan intención de seguir preparándose, pueden quedarse delinquiendo.

Respecto a las relaciones lógicas encontradas, puede observarse que hay relaciones de subcontrariedad, por un lado, hay entrevistados que no justifican el delito, pero tampoco lo culpan, ya que mencionan que dependen las razones del delincuente, en otro ejemplo hay quienes mencionan que no se justifica el acto de delincuencia, pero después lo justifican por razones de necesidad, carencia o pobreza, de ahí que exista una relación de contradicción. Por otro lado, el sentido de las narraciones se da en relación con esas categorías semánticas de legalidad, pobreza, necesidad, justificación, las cuales están supeditadas a la situación económica o familiar de quien delinque, por tanto, el delito es considerado como un acto ilegal que merece castigo, pero existe posibilidad de justificar el acto si es que hay razones de peso para ello, puesto que la familia cobra un valor muy por encima de los criterios morales y legales de la sociedad. Al ser la familia el núcleo más importante para la sociedad, todo lo que se respalde en ella será objeto de discusión, al presentarse dilemas éticos, es decir, de carácter individual, tal y como lo es el sentido en su concepción más habitual.

Cabe destacar que en la propuesta de Greimas, el sentido implica una dirección o incluso una intención que puede ser descubierta o evidenciada, primero a partir de un modelo actancial donde se identifican las acciones y los sujetos. Mientras que, el cuadro semiótico permite establecer relaciones lógicas entre las categorías semánticas presentes en el lenguaje empleado en las entrevistas; es decir, en un primer momento se aclaran el ser más el hacer de quienes intervienen en las narraciones, en este caso de los estudiantes de nivel medio superior a través del modelo actancial, en tanto que dicho modelo aplicado a un fenó-

meno social posibilita el reconfigurar los roles que desde su percepción están presentes en su día a día, mismos que condicionan sus acciones, a lo cual Greimas llamó valores modales y que fueron definidos como aquello que modifica al predicado; en consecuencia, este modelo puede analizar a cada actante en virtud de los siguientes valores: querer, deber, poder y saber.

94 Lo anterior remite a suponer que si existen altos índices de inseguridad, según la percepción de los entrevistados, es por el contexto y situación económica que se vive, y no necesariamente por una escala de valores surgida en el hogar de quienes cometen los delitos, de ahí que sus acciones pueden relacionarse con el “deber hacer” en virtud de sobrevivir a las condiciones del entorno económico y no por fuerza con el “querer hacer”. Lo expuesto implica que al construir ideologías fuertes en el seno familiar, los comportamientos se encaminarán hacia fortalecer dicho núcleo, en tanto que si éste se ve amenazado, se hará lo necesario para protegerlo. Lo anterior no justifica en este escrito la delincuencia, simplemente es un análisis de lo que refirieron los entrevistados, que de manera explícita tampoco justifican actos delincuenciales, pero que a partir de la revisión de las categorías semánticas ya mencionadas, permiten suponer ciertas relaciones lógicas que se encuentran presentes en sus discursos narrativos, ejemplo de ello es lo que uno de los entrevistados manifestó al cuestionársele en qué trabajaría si dejara de estudiar, a lo que respondió: “no importa el trabajo mientras no sea explotado” (entrevistado 7, comunicación personal, enero, 2018). En conclusión, las direcciones que tienen las percepciones de estudiantes de nivel medio superior de la región mencionada, es de subsistencia en caso de una situación adversa, aún y cuando tienen claro lo que es honesto y deshonesto.

Las dilucidaciones anteriores proveen de materia concreta para continuar con un estudio que aborde no sólo la percepción que tienen estudiantes respecto al delito, sino incluso la percepción de quienes no estudian y tampoco trabajan, o no estudian, trabajan, pero no están satisfechos y que pertenecen al mismo rango de edad que los entrevis-

tados. Ahora bien, ¿cómo reconfigurar a partir de este somero estudio un objeto de conocimiento en materia de comunicación?, es en este momento una pregunta que aún queda abierta en tanto el presente estudio se continúe puesto que éste es todavía un trabajo exploratorio, ya que incluso el replicar este estudio con otros estudiantes de una zona cercana podría mostrar resultados distintos, entonces se aclara que este texto se presenta para evidenciar las formas de emplear el lenguaje, los instrumentos que se usan, entre otro aspectos que han quedado fuera de este estudio no por falta de interés, sino porque debe continuarse paso a paso y sin prisa para abordar el fenómeno desde diversas aristas.

95

REFERENCIAS

- Jorgensen, M y Phillips, L. (2002). *Discourse Analysis as theory and method*. Londres: SAGE Publications Ltd.
- INEGI (2015). Recuperado de <http://cuentame.inegi.org.mx/poblacion/habitantes.aspx?tema=P>
- Karam, T. (2005). “Una introducción al estudio del discurso y al análisis del discurso”. En *Global Media Journal*, no. 35.
- Machicado, J. (2010). “Concepto de delito”. En *Apuntes Jurídicos*. Recuperado de <http://ermoquisbert.tripod.com/pdfs/concepto-delito.pdf>
- Martin Serrano, M. (1982). “El modelo dialéctico de la comunicación”. En Martin Serrano, M. et al.: *Teoría de la Comunicación. I. Epistemología y análisis de la referencia*. Madrid: Alberto Corazón, 159-174. Recuperado de <http://eprints.ucm.es/13116/>
- Maturana, H. (2007) *Transformación en la convivencia*. Chile: J.C. Sáez Editor.
- Montealegre, R. (2004). “La comprensión del texto: sentido y significado”. En *Revista Latinoamericana de Psicología*, 36 (2), 243-255. Recuperado de <http://www.redalyc.org/pdf/805/80536205.pdf>

Comunicación y género: por una fenomenología de la comunicación más allá de la denuncia

Dra. Vivian Romeu / Dra. Sandra Vera

RESUMEN

Este texto responde a la pregunta ¿cómo surge y cómo se puede combatir el problema de género desde la comunicación? Su pertinencia se debe a la ausencia en la literatura especializada al respecto de trabajos que aborden estas aristas, pues éstos más bien se han enfocado desde los necesarios escenarios de la denuncia. Conceptual y teóricamente, partimos de una concepción fenomenológica de la comunicación que posibilita comprenderla no como un hecho dado (que es como mayormente se estudia a la comunicación hoy en día y también en su cruce con el género), sino más bien en construcción, a partir de la constante relación de los sujetos con el mundo que les rodea y que los provee de experiencias que son las que configuran su expresión comunicativa. Esto a su vez se explora desde las premisas de la filosofía dialógica para ofrecer un panorama teleológico de la comunicación, susceptible de pensarse como insumo para políticas públicas en relación con la problemática de género en la actualidad.

Palabras clave: comunicación, expresión, experiencia, género, teleología.

97

ABSTRACT

This text responds to the question how does it arise and how can we combat the gender problem from communication? Its pertinence is due to the absence in the specialized literature in respect of works that address these edges, since these have rather focused from the necessary scenarios of the denunciation. Conceptually and theoretically, we start from a phenomenological conception of communication that makes it possible to understand it not as a given fact (which is how communication is studied today and also in its intersection with gender), but rather in construction,

to from the constant relationship of the subjects with the world that surrounds them and that provides them with experiences that are what shape their communicative expression. This in turn is explored from the premises of the dialogical philosophy to offer a teleological panorama of communication, susceptible of being thought as an input for public policies in relation to the issue of gender today.

Key words: communication, expression, experience, gender, teleology.

INTRODUCCIÓN:

98

La comunicación y el género es un binomio poco explorado al interior de los estudios sobre la comunicación. A pesar de los esfuerzos constantes que han sostenido algunos investigadores a lo largo de todos estos años, aún el tema sigue sin posicionarse con claridad en la agenda académica de nuestro campo, al menos en México. No obstante ello, en función de la literatura especializada al respecto, se puede decir que el tratamiento científico del tema de género desde la comunicación se enfoca básicamente hacia la denuncia, en específico en torno a la representación de la mujer en los productos mediáticos y culturales. Incluso desde la ciencia política este tipo de estudios también constituye, aunque en menor cuantía, el camino trazado por algunas de las pocas investigaciones que indagan sobre el tema.

Aunque conscientes de la importancia y pertinencia de trabajos como éstos, en este texto pretendemos configurar un acercamiento algo distinto a la problemática del género desde la perspectiva comunicativa. Para ello nos amparamos conceptual y epistémicamente en el enfoque fenomenológico de la comunicación que, centrado en la experiencia biográfica e históricamente situada de individuos y grupos sociales, nos posibilite comprender cómo se gesta el acto comunicativo, lo que permitirá colocar al género en el foco de atención de lo comunicativo y desde ahí apuntar a una consideración de tipo teleológico. Ello favorecería la construcción de insumos para políticas públicas que permitan

incorporar el debate sobre el género, desde una postura de equidad y respeto por la diferencia sexual.

A grandes rasgos, la idea de la que partimos es que la problemática del género proviene de una raíz histórico-social que es donde se fraguan las experiencias concretas de los individuos con respecto a los hombres y las mujeres. Estas experiencias dan pie a la construcción de representaciones mentales sobre el sexo de una persona que, en la medida en que se proyectan en los escenarios de socialización, se configuran ideológicamente. Así, la materia prima de la comunicación en cuanto al género se refiere, deviene tanto de la experiencia biográfica o individual como de la experiencia social, es decir, de la experiencia con los otros en la sociedad; de manera que comunicamos tanto a partir de una como de la otra, incluso a partir de ambas.

El fenómeno comunicativo, así entendido, se revela entonces como el fruto de la experiencia individual o social de los individuos y grupos. En ambos casos se trata de una experiencia situada (sea ésta a nivel individual, privado o social), por lo que resulta evidente la incidencia en la experiencia de relación con el otro que tienen factores sociales o estructurales diversos como la edad, la posición de clase, el género mismo, la religión, la ideología.

Desde esta perspectiva, resulta plausible pensar la comunicación como un modo de expresión tanto individual como colectiva que se realiza a partir de la forma en que hemos aprendido a vivir, pensar y sentir la condición de género desde nuestra experiencia privada o social con hombres y mujeres a lo largo de nuestra vida. Esto permite afirmar que la concepción sobre el género, en la que también intervienen factores sensoriales, psicológicos o emocionales, configura representaciones de diverso tipo que, aunados a los valores y las ideologías formadas y sedimentadas socialmente a través de la cultura, funcionan como recursos mentales para comunicar. Sin embargo, esta situacionalidad del acto comunicativo no debe entenderse como algo inamovible e intransformable. Hay que pensar cómo hacer posible esa transformación nada fácil, pero necesaria. Tal y como señalara la notable filósofa política

Martha Nussbaum (2006), hacer del amor y la compasión motivaciones para una ética formal en función del compromiso por el bien común no puede ser cosa desdeñable. Esta es, en esencia, la tesis que aquí se defiende.

100

El texto se ordena en cuatro apartados. El primero aborda de forma muy breve una reflexión crítica sobre el conocimiento científico más reciente en torno al binomio comunicación y género, intenta delimitar los abordajes teóricos y metodológicos, así como los ejes principales que lo conforman, lo que permitirá referir el estado de la investigación científica en el campo de la comunicación con respecto al género. En una segunda parte se anclará una propuesta fenomenológica en torno a la comunicación como acto y comportamiento del ‘decir’, desde donde se pretende reflexionar conceptualmente sobre las causas del ‘decir’ del género en nuestros días. En el tercer apartado, aprovechando el insumo conceptual del anterior, se ofrece –a manera de ejemplos– las formas y contenidos en que el género se ‘dice’ en la actualidad, nos enfocamos en el género femenino por su histórica impronta discriminatoria. Esto permitirá evidenciar qué y cómo se comunica el ser mujer. A partir de lo anterior, en el cuarto y último apartado, se pensará la problemática del género desde el pensamiento de Martin Buber en aras de fincar una reflexión en torno a la dimensión teleológica de la comunicación, que es donde nos interesa posicionar el debate en relación con el para qué de la comunicación respecto del tema de género, de manera que ello posibilite concretar insumos para una política pública enfocada al derecho, la equidad y el respeto a las diferencias sexuales desde una visión teleológica de la comunicación y su papel en la construcción de sociedades democráticas.

LA INVESTIGACIÓN Y REFLEXIÓN RECIENTE DE LA PROBLEMÁTICA DE GÉNERO DESDE EL CAMPO ACADÉMICO DE LA COMUNICACIÓN

De forma detallada, a partir de los 463 resultados arrojados por Google Scholar a la búsqueda «comunicación y género» México» entre 2006

y 2016, podemos proponer por lo menos cuatro elementos que nos permiten contextualizar esta presentación: el aumento relativo de resultados respectivos al tema, la diversidad de referencias bibliográficas, la poca producción relativa en la academia mexicana y el tenor de denuncia de la producción.

Con respecto a la tendencia creciente de la producción académica relativa al binomio “comunicación y género”, se pueden resaltar los picos de producción durante los años en el que se realiza en Sevilla el Congreso Internacional del mismo nombre (ver Cuadro 1), durante 2012-2016. Sin la organización de éste, el número de resultados sería sensiblemente menor.

101

CUADRO 1. RELACIÓN DE RESULTADOS DE INVESTIGACIÓN Y REFLEXIÓN POR AÑO EN TORNO AL BINOMIO COMUNICACIÓN Y GÉNERO

Año	Número de resultados
2006	14
2007	12
2008	19
2009	31
2010	27
2011	27
2012	76
2013	55
2014	80
2015	64
2016	58
Total	467

Además, a la lectura del cuadro anterior, podríamos añadir la relativa escasez de documentos académicos producidos sobre “comunicación y género”: 467 resultados en total parecen muy pocos comparados con otras temáticas estudiadas en el campo de la comunicación (más de

un millón de resultados para “nuevas tecnologías” o para “efectos de los medios”, o en menor medida, los “estudios de recepción” con más de 24 mil resultados). Sin embargo, la cifra de 467 resultados parece mucho mejor contextualizada cuando los comparamos con los 654 arrojados tras la búsqueda de “comunicación y democracia”, los 167 relativos a la “comunicación y medio ambiente” o aún los 86 resultados arrojados por “comunicación y juventud”.

102

Un segundo elemento, más cualitativo, nos permite notar que a partir del año 2012 la producción aumenta sensiblemente. No sólo porque, como ya se dijo, durante esos años se estabilizó el Congreso Género y Comunicación ya citado, generando una cantidad considerable de publicaciones gracias a las memorias del mismo, sino porque la relación entre el género y la comunicación comenzó también a estudiarse en relación con las nuevas tecnologías (redes sociales, contenido multimedia), con las transformaciones de los medios de comunicación.

El tercer elemento nos permite reflexionar sobre la poca producción respecto a estos temas en la academia mexicana. Si bien en ningún caso se trata de demeritar los esfuerzos producidos en México, y sólo para dar unos ejemplos podemos pensar en el Programa de Investigación Feminista del Centro de Investigaciones Interdisciplinarias en Ciencias y Humanidades, la preocupación por el género en la comunicación propuesta en la agenda de investigación en Comunicación publicada en 2009 (Aimé Vega, Olivia Tena, María Elena Jarquín, etcétera) o de forma más reciente las reflexiones sobre las mujeres, los medios y las nuevas tecnologías, no podemos evitar resaltar el hecho de que una gran parte de la producción sobre estos temas provienen, sobre todo, de Argentina y de España.

El cuarto elemento muestra cómo la producción se ha ido progresivamente transformando en reflexiones sobre la denuncia de la representación de la mujer en los productos mediáticos y culturales, tales como notas periodísticas, películas, programas televisivos, anuncios publicitarios, y en épocas más recientes en las canciones populares, fundamentalmente vinculadas al reggaetón.

Por su parte, la lectura de las 467 referencias permite darnos cuenta de que el debate está ocupado, en su mayoría por expertos fuera del espacio estrictamente académico. De hecho, la mayoría de los textos publicados sobre estos temas en los últimos 10 años provienen de personalidades reconocidas por su trayectoria periodística (Sara Lovera), su *expertise* en los organismos internacionales como el Fondo de Naciones Unidas (Ana Polo), su posición en la política (Montserrat Boix, consejera de un diputado general de Vizcaya) o la presencia de pistas de reflexión muy interesantes en los diferentes foros organizados por organismos gubernamentales como el Instituto Federal de Telecomunicaciones (IFT) en México, que organizó foros como el de Mujeres, Medios y TIC el pasado 17 de marzo, cuya mayor preocupación es “la situación de inclusión de las mujeres en los medios y en las tecnologías de la información, las formas en que se representan las mujeres y los hombres en los medios, así como el papel de los medios de comunicación y de las nuevas tecnologías de comunicación e información como agentes cruciales de transformación sociocultural en materia de igualdad de género”.

103

Como puede verse, el tratamiento científico del tema de género desde el campo académico de la comunicación, si bien en ascenso, dista mucho de ser una preocupación. Desde una somera revisión de la base de datos del Centro de Documentación en Ciencias de la Comunicación (CC-DOC), ésta arroja sólo 259 registros de varios miles que tiene alojados en temas varios que estudia la comunicación. De ellos, recepción, representación y medios son los descriptores más favorecidos, no obstante, llama la atención el centramiento en la recepción mediática y el énfasis en estudios relacionados con la prensa. El tratamiento teórico de estos estudios se articula, sobre todo, alrededor de la teoría crítica y el enfoque sociocultural de la comunicación, sus métodos de análisis más usados son los cualitativos. Otro apunte al respecto, y que no resulta menor, lo constituye el hecho de que del total de los trabajos registrados en CC-DOC, menos de diez son realizados por hombres.

Lo anterior logra confirmar no sólo que el tema aún tiene en la academia un sesgo de género (mayormente las mujeres estudian a las

mujeres), sino que la marginalidad del tema aún es una oportunidad a tomar en cuenta en nuestro campo de estudios. A ello se añade la tendencia mediática y crítica misma de las investigaciones al respecto que, como puede verse, si bien implica un tratamiento analítico pertinente, favorecen una concepción del fenómeno comunicativo como algo dado a través de estudiar las representaciones visuales o escritas en que éste se fija, lo que a su vez, además de marcar una restricción a la ocurrencia misma del fenómeno comunicativo como tal, no hace emerger soluciones al respecto, pues estas investigaciones están en esencial centradas en una perspectiva descriptiva de los hechos y no en una condición explicativa de los mismos. Desde la postura epistémico-conceptual de la comunicación que aquí se maneja, creemos intentar poder subsanar esta omisión. A continuación se desarrolla una reflexión al respecto.

LA PERSPECTIVA FENOMENOLÓGICA DE LA COMUNICACIÓN COMO INSUMO EPISTEMOLÓGICO ÓPTIMO PARA PLANTEAR EL ESTUDIO DE LA PROBLEMÁTICA DE GÉNERO

Como se sabe, el género es una categoría sociocultural que refiere la dicotomía clasificatoria entre lo masculino y lo femenino desde el punto de vista social. Fue fundado como término por Oakley en 1977, pero posteriormente autores como Alsop, Fitzsimons, Lennon (2002) y Lamas (2012), refrendaron esta definición como constructo social y cultural asignado con base en el sexo biológico. Así, la diferencia entre lo masculino y lo femenino proveniente de las instituciones sociales y representaciones culturales diversas terminó por anclarse de manera natural en la vida social.

Desde el ámbito económico, pasando por el familiar, el político, el social y el cultural-simbólico, hombres y mujeres fueron encorsetados en roles bien definidos: lo público, lo activo, lo racional, el trabajo, la fuerza, la autonomía y el sujeto sexual constituyeron los atributos fundamentales de lo masculino; mientras las mujeres fueron percibidas

desde lo privado, lo pasivo, lo emocional, lo doméstico, la debilidad, la dependencia y finalmente como objeto sexual. Alsop et al. (2002), Bourdieu (1998), McDowell & Pringle (1992) y Mittell (2010) son autores que han trabajado este asunto de las dicotomías de género desde diferentes áreas al hacer énfasis en su carácter casi irreconciliable de contrarios.

Al respecto, Marta Lamas (2006, p. 154) señala que el género es una simbolización de la diferencia sexual que se construye de manera cultural a partir de diferenciar prácticas, discursos e ideas, de tal manera que estos procesos de significación guardan una incidencia en el imaginario de las personas y las sociedades, al configurar incluso discursos ideológicos desde los cuales se interpreta y actúa en el mundo. Al respecto, Van Dijk (2000) asegura que la ideología puede entenderse como un sistema de actitudes, conocimientos, creencias y opiniones organizadas alrededor de temas públicamente relevantes, lo que implica que las ideologías sean compartidas socialmente al menos por un grupo social, al hacer de ésta una guía para el pensamiento y la acción. Esto es lo que hace que se naturalicen los discursos, como bien lo señala Bourdieu (1998) a propósito de la discriminación de género y la violencia simbólica ejercida desde ella.

Bajo esta perspectiva, hablar de una relación entre comunicación y género plantea comprender la manera en que se “dice” el género, ya sea a nivel social, cultural o interpersonal. Por “decir” entendemos toda expresión (lingüística, visual, sonora, gestual, espacial, etcétera) que se configure a propósito de este tema, lo que implica asumir a la expresión en términos amplios, o sea, como diversos modos de “decir”.

Esta postura hace eco en el enfoque fenomenológico de la comunicación propuesto por una de las autoras de este texto (Romeu, 2016, p. 2017), quien concibe la comunicación como un comportamiento expresivo, o sea, como una actuación en el orden del “decir”. Dicha actuación se da como respuesta expresiva a un estímulo, lo que implica al sujeto expresivamente en términos de interés o motivación. También, al decir de la autora, esta actuación está condicionada por el uso que los

sujetos dan a la información previamente construida¹ por éstos a lo largo de su experiencia de vida en torno a los disímiles acontecimientos, relaciones e interacciones, mismas que tienen lugar tanto en el plano social como en el interpersonal, en este caso lo relacionado con las figuras de lo masculino y lo femenino.

En ese sentido, se colige que la experiencia de relación que tiene un individuo o una colectividad con hombres y mujeres permea la forma y el contenido de su “decir”. Por ello, siendo que esta experiencia se da siempre en condiciones histórico-sociales concretas desde donde se activa eventualmente la posición de clase, la etaria y sexual, la ideología, la religión, el nivel educativo, etcétera, la expresión resultante no puede ser más que el fruto de las formas de pensar, sentir y vivir que se han construido a lo largo de la vida biográfica y social de los individuos y grupos sociales a partir de estos factores estructurales.

Si se tiene en cuenta lo anterior, la definición de Romeu en torno a la comunicación conduce a pensar al “decir” como resultado del cúmulo de significados o representaciones mentales que los individuos

¹ Esta idea la toma Romeu de las investigaciones teóricas y empíricas de la Nueva Ciencia Cognitiva, misma que plantea que la información no está dada sino que se construye a modo de conocimiento a partir de su interacción con el entorno. De ello se desprende que toda información es información con sentido/significado el cual, a su vez, se halla circunscrito a la experiencia perceptiva del individuo en cuestión. Esto justo permite explicar la emergencia de significados alrededor de lo masculino y lo femenino, en función de la experiencia de cada individuo con estos referentes. De esta manera se admite que todo conocimiento es subjetivo, lo que no implica que no haya conocimiento intersubjetivo o compartido: en la medida en que varios individuos logren tener experiencias similares frente a una misma realidad (por ejemplo, la experiencia discriminatoria y hostil que una buena parte de las mujeres aún experimentan en su interacción con los hombres), dichas experiencias tendrán un sustrato colectivo, intersubjetivo, matizando con ello –sin cancelarla– la subjetividad intrínseca a todo acto de experiencia. Así visto, toda información o conocimiento no es más que el resultado de un gesto de significación, es decir, de la interpretación, por lo que la información, tal cual su nombre lo indica, in-forma (es decir, da forma a) la realidad por medio de la experiencia que cada individuo tenga con/en ella, resultando de un acto o proceso de significación que ejerce el individuo humano a través de su experiencia de vida y que eventualmente le sirve para ‘decir’, para comunicar.

y grupos construyen a partir de sus experiencias de vida, en específico las experiencias de relación con el otro que se dan en el plano de lo social. De esta manera, comprender la comunicación como un “decir” que obedece al cúmulo de experiencias vividas por los sujetos, remite también a los factores que hacen de ella una experiencia situada, social e históricamente². Dado lo anterior, la definición de comunicación que ofrece Romeu se articula alrededor de tres conceptos centrales en su propuesta: el concepto de información, el concepto de uso expresivo de la información y el concepto de interés/motivación para “decir”. Las explicamos a continuación en tanto resulta pertinente para referir teórica y conceptualmente las maneras en que se construye la información sobre el sexo o el género que luego será susceptible de “decirse” comunicativamente. Veamos.

107

La autora entiende el concepto de información como el resultado de la actividad perceptiva-cognitiva de los individuos y grupos en su insoslayable interacción con el ambiente o entorno en el que se desenvuelven, por ello, propone entender la construcción de información a

² Al respecto, vale tener en cuenta que como parte insoslayable de su experiencia de vida los individuos construyen información a partir de su interacción con el mundo que les rodea. En el caso de los seres humanos este mundo es tanto físico, como social y cultural pues el desarrollo del ciclo de vida de los individuos humanos se da en estos tres ambientes o entornos. Así, el ser humano desde su nacimiento, y a través de los múltiples procesos de socialización en los que se ve involucrado, se enfrenta a la realidad física o natural (el calor del fuego, por ejemplo); pero también, en tanto ser social, es decir, necesitado del otro para vivir, se debe enfrentar de forma ineludible a la realidad social, a través de los procesos de socialización con el otro semejante a partir del establecimiento de las relaciones de poder, amicales, amorosas, laborales, etcétera. De manera muy específica, también se enfrenta a la realidad cultural que es el ámbito de los valores, las tradiciones, las costumbres, los sistemas de significación, etcétera, desde la cual debe gestionar su vida. En cualquiera de los tres casos, la relación que construye un individuo con su entorno es de naturaleza semiótica, por lo que puede decirse que es siempre y bajo cualquier circunstancia una relación de sentido, de significación. En el caso de las representaciones sobre el sexo, éstas, de ser mentales pasan a configurarse como ideológicas en el escenario sociocultural, fraguan así el tránsito de una representación mental sobre el sexo a otra ideológica sobre el género, puesto que en la situación sociocultural no sólo cambia el esquema de clasificación de una representación, sino la clasificación misma.

partir de la interacción que respecto al género un individuo o grupo despliega con hombres y con mujeres y el mundo experiencial de éstos que también se pone de relieve a la hora de la interacción. Pero también, en la construcción de información (que en el caso que nos ocupa es en función del género), intervienen factores sociales y culturales que configuran el ambiente o entorno en forma de cuerpo de ideas, valores y costumbres, que muchas veces –incluso– son aprendidos, interiorizados y reproducidos sin mayor cuestionamiento.

108

Todo ello gesta la construcción de significados sobre determinado tema, evento, persona u objeto en una amalgama de sentidos que bien pueden configurarse desde la experiencia personal o biográfica de los individuos, como desde una experiencia sociocultural más aprendida que vivida. Visto así, los significados o representaciones construidas por un individuo o grupo sirven de materia prima para “decir”, pues se comunica la información que se construye al interior del mundo de la experiencia que, como ya dijimos, no sólo se fragua en el sentir individual, sino que en tanto es el individuo también como ser social el que vive la experiencia, precisa de ser también una experiencia situada social e históricamente.

Esto es lo que da pie a Romeu para afirmar que el uso expresivo de la información –que es lo que propiamente define como comunicación–, resulta de hacer de la información la materia prima de la comunicación³. Para la autora, comunicar es expresar, de manera que cuando se usa la información para expresarse, se configura el acto comunicativo. Esto, indudablemente, conlleva un proceso de selección y organización de la información en función del “decir”⁴, lo que permite afirmar

³ En cuanto a que la información resulta la materia prima de la comunicación se puede decir que desde la propuesta fenomenológica de Romeu, el acceso experiencial y subjetivo al mundo o realidad que rodea a un individuo deviene mecanismo para la construcción de conocimiento que no es otra cosa que construcción de sentido o información; de ahí que ésta constituya la pléyade de recursos con los que un individuo cuenta para enfrentarse e insertarse a la realidad en la que se desenvuelve, y en el caso de la comunicación, para expresarse, lo que explica el uso expresivo que se hace de ella.

⁴ El decir, en la propuesta de Romeu, se configura como una expresión, la cual a su vez

que de toda la información (entiéndase significados o representaciones mentales) construida por un individuo o un grupo social sobre algo en específico (en este caso el género), en la comunicación se concretan sólo algunos de ellos, pues no se puede “decir” todo al mismo tiempo, y esta elección de los significados, la cual puede ser tanto consciente como inconsciente, se fragua a partir de los intereses y motivaciones que cada individuo tiene a la hora de comunicar.

Basados en lo anterior, el concepto de interés o motivación, tercer pilar de la propuesta de Romeu, constituye el abanico de condicionamientos por los que un individuo se halla compelido a “decir”, o lo que es lo mismo: a comunicar. Bajo esta perspectiva, la comunicación no es más que la respuesta de tipo expresivo que un individuo o conjunto de ellos da ante un estímulo cualquiera, de manera que dicha respuesta vehicula la expresión de algunos de los significados o representaciones que estos individuos han construido a lo largo de su experiencia de vida. Así, la expresión ante un hombre o una mujer estará atada, en principio, a los significados o representaciones que hayamos construido sobre ellos positiva o negativamente al interior de los procesos de socialización a los que nos enfrentamos cotidianamente⁵. Una vez dicho esto, estamos en condiciones de explicar cómo ocurre esta expres-

109

se vehicula a través de las disímiles maneras. Se puede decir con la palabra, pero también con los gestos, los colores, los sonidos, los vestidos y peinados, las prácticas y acciones, los silencios, los rituales, los sentimientos, etcétera. Todo ello constituye soportes del ‘decir’, la información en tanto significado es la materia prima del mismo.

⁵ A ello hay que añadir, no obstante, que estos significados pueden ser transformados en función de la experiencia y los intereses o motivaciones que condicionen el ‘decir’ de un individuo, de manera que un ‘decir’ no puede conceptualizarse como una expresión necesariamente sincera o moralmente aceptable porque se configure desde la experiencia misma del individuo. Los individuos mienten y conforman su ‘decir’ desde falsas posiciones también. Y es que si bien la construcción de información es el resultado de la actividad perceptivo-cognitiva de un individuo, esto no supone que su uso esté constreñido a ella. Usar la información expresivamente, es usarla para ‘decir’, más allá de si ese ‘decir’ es sincero o no; esto más bien depende de los intereses y motivaciones de los individuos que son los aspectos que, incluso desde una perspectiva estratégica, guían en última instancia su respuesta expresiva ante el estímulo que la demanda.

sión, lo que permitirá comprender a grandes rasgos cómo se fragua la comunicación sobre el género.

110 El acto comunicativo o actuación expresiva tiene lugar siempre y cuando se cumplan dos condiciones: 1) se dé como respuesta a un estímulo y 2) a través de dicha respuesta el individuo “diga” algo sobre sí mismo que no es otra cosa que el estado de sus intereses o motivaciones respecto a las circunstancias en las que se inscribe el acto de su “decir”, de manera que su expresión siempre se constituye *ad hoc* a la situación desde la que se configura y despliega. Pero dicha situación guarda estrecha relación con el estímulo, que es aquello que interpela al individuo, de manera que ante él éste debe responder expresivamente (o sea, por medio de su “decir”) en tanto dicho estímulo lo implica –ya sea volitivamente o no– de forma no evadible. Esto es lo que Romeu ha llamado en otros trabajos (2017), un umbral de alteridad, es decir, el estímulo como umbral de alteridad es el espacio del/de lo “otro” y puede ser tanto real como imaginado, por lo que su único criterio de existencia es que se constituya en aquello por lo cual el individuo se siente o se piensa interpelado. No hay ni puede haber expresión fuera de estos horizontes.

Así, todo estímulo constituye una instancia interpeladora al que el individuo responde expresivamente en función de sus intereses o motivaciones al desplegar toda la información disponible que tenga a la mano, ya sea que la haya construido con anterioridad, o bien que la vaya construyendo durante el proceso de despliegue de su ‘decir’ durante el acto comunicativo mismo. De esta manera, usar expresivamente la información es usar todo el conocimiento o significado que sobre un particular un individuo logre activar en la circunstancia de la comunicación, o sea, al momento de su ‘decir’, gestando con ello un comportamiento comunicativo, cuyo resultado es el acto expresivo. Sin embargo, hay que dejar en claro que debido a la naturaleza misma de la expresión resultante ésta es siempre contingente, puesto que el individuo no siempre se siente o se piensa interpelado de una misma manera, aún si fuera por el mismo estímulo; tampoco necesariamente responde

expresivamente de forma idéntica o siquiera similar al mismo, aunque pueda hacerlo.

En términos de Romeu, lo anterior permite afirmar que toda respuesta expresiva depende necesariamente de dos factores: 1) de cómo y en qué circunstancias se perciba el estímulo, lo que implica un cierto tipo de significado o sentido, así como la organización de éste y 2) de los recursos expresivos con los que cuente el individuo en función de su capacidad, habilidad, competencia y conocimiento para interpretar y expresarse⁶. Son estas dos condiciones lo que permite afirmar al acto comunicativo como resultado de un comportamiento expresivo.

En el caso de la temática de género que aquí nos ocupa, un análisis de los estímulos implicaría hurgar en las historias de vida de cada uno de los individuos para entender de dónde provienen los significados construidos por cada uno en torno a la diferencia entre hombres y mujeres (esto es imposible elaborarlo para este texto, pero marcamos aquí una ruta metodológica apropiada para ello). Es decir, sería preciso obtener información sobre aquello que ha interpelado o interpela a los individuos y grupos en términos de la diferencia sexual y de género, y las condiciones contextuales en que dicha interpelación se da. Esto posibilitaría a su vez comprender la información o materia prima posible a ser usada en un eventual acto comunicativo. En ese sentido, un gesto, una frase, un dibujo, una broma de mal gusto, o una idea, pueden ser concebidas como expresiones cuyo contenido, precisamente, se configura desde los escenarios variados de interpelación a los que nos vemos sometidos en todo momento⁷.

Al respecto hay que contemplar que los soportes expresivos pueden dar cuenta de los recursos con los que cuenta un “hablante” para

⁶ Por capacidad se entiende el equipamiento orgánico del individuo, por habilidad dichas capacidades entrenadas y por competencias el saber hacer a partir de ellas.

⁷ Esta reflexión se inscribe de forma paralela en la reflexión de Goffman sobre la división sexual de y en los baños públicos (Goffmann, 1977), así como en el trabajo de investigación llevado en Francia acerca de la imposición y aceptación implícita de la división sexual de la educación infantil, sea por medio de los juguetes (Zegai, 2010), los castigos en la escuela (Ayrat, 2011), o aun en las prácticas deportivas y asociativas (Menesson, 2011).

referirse a un hombre o a una mujer, se entiende por recursos el conjunto de signos a través de los cuales se configura una expresión. Pensemos en dos ejemplos bien comunes: las frases *Todos los hombres son iguales* y *Las mujeres, calladitas se ven más bonitas*. Ambas, como se puede ver, son discriminatorias, y ambas constituyen configuraciones representacionales negativas, en este caso, colectivas, en tanto se anclan en creencias comunes que colocan en una posición desfavorable tanto a un género como a otro.

112

En el caso de *Todos los hombres son iguales*, por lo general, frase que ‘dicen’ las mujeres, revela la realidad intersubjetiva de una experiencia de relación mujer-hombre que carece de matices subjetivos. No se toma en cuenta la experiencia individual, sino más bien se hace eco en una generalidad que se instala como verdad. Para ello ha debido ser necesario un cúmulo de experiencias negativas (reales o imaginadas, perceptivas al fin y al cabo) que, soslayando las positivas (que las hay), se instituyan como expresión colectiva de un género con respecto a otro. Pasa lo mismo con *Calladitas se ven más bonitas*, desde donde se coarta la posibilidad de ‘decir’ de las mujeres, se entiende como un ‘decir’ banal o peligroso, al que se le pretende restar importancia o bien acallar.

Como se puede notar, en ambos casos, lo dicho no es más que aquello que forma parte de una experiencia colectiva de los “hablantes” respecto del género al que se refieren, experiencia que puede formar parte de la condición vital de existencia desde donde se fragua, se aprende y se aprehende. Por eso se puede decir que ambas frases encuentran un correlato en la información construida vía la experiencia, ya sea esta experiencia perceptiva o simbólica, al articularse como una expresión con tintes discriminatorios tanto para un género como para el otro. Esta es la razón por la que partimos de la propuesta fenomenológica de la comunicación aquí descrita.

Motivado en ello, y conscientes de que los ejemplos antes mencionados son sólo la punta del iceberg de las relaciones que en la actualidad muchas mujeres y hombres sostienen entre sí, en el siguiente apartado

pretendemos realizar un somero recorrido por algunos de los registros más visibles de la manera en que se piensa, refiere o representa a la mujer en la actualidad. Estos, como actos y comportamientos comunicativos, permitirán evidenciar la agresión y violencia explícita e implícita que contienen, lo que denota –aun y cuando por asuntos de espacio no podremos probar– el peso de la mediación histórica y sociocultural en la forma de pensar al género femenino.

DE CÓMO ES HOY LA COMUNICACIÓN SOBRE EL GÉNERO

113

En este apartado ofrecemos algunos ejemplos de cómo se comunica el género hoy en día en las sociedades contemporáneas desde los diferentes ámbitos de acción pública que la componen, y qué tipo de relaciones comunicativas podemos inferir que se gestan a partir de este ‘decir’.

El primer ejemplo del que podemos hablar es el del periodismo en prensa escrita. En lugar de pensar cómo se mediatiza la imagen de las mujeres en tal o tal medio y detenernos ahí, podemos cambiar la focal y llevarla a la construcción de lo que las y los periodistas ‘dicen’ cuando se trata de construir los valores noticiosos y las jerarquías de las noticias. Si seguimos los estudios de la CIMAC (Comunicación e Información de la Mujer) sobre las y los periodistas, podemos establecer algunos puntos interesantes donde se puede ver cómo la imagen de la mujer se encuentra “dominada” en varios niveles.

Primero, bajo un ángulo de sociología de producción de noticias, podemos decir que, a pesar de que las periodistas ocupan hoy un lugar numérico considerable (el 41% de la profesión está ocupada por mujeres según el Observatorio de las profesiones del INEGI), el techo de cristal es bastante claro: sólo muy pocas mujeres ocupan puestos de alta jerarquía en las redacciones. De hecho, si tomamos el organigrama del periódico *Reforma*, podemos darnos cuenta de que ninguna mujer forma parte del equipo de dirección o de subdirección. El panorama es el mismo para el periódico *El Universal*, para *El Excelsior*. Algunas pe-

queñas excepciones son *La Jornada* que tiene una directora general, *El Financiero* tiene una coordinadora general y una directora de internet.

Lo anterior evidentemente no es un hecho fortuito. Se trata más bien de un asunto de representación mental e ideológica desfavorable hacia la mujer con respecto a ocupar puestos directivos, que bien puede ser explicado socioculturalmente sin necesidad de cancelar un abordaje más subjetivo en torno al tomador de decisiones al respecto.

114

Por su parte, hemos observado que la división de las secciones en los periódicos está muy marcada por las asignaciones sexuales, pues la mayoría de las mujeres periodistas cubren fuentes relacionadas con los roles y estereotipos de género asignados social y culturalmente a las féminas. Es el caso de las fuentes de sociales y espectáculos (Vega, Portillo & Repoll, 2008) o inclusive salud (Grossetete, 2016). En cambio, es curioso observar cómo aquellas mujeres que ocupan lugares protagónicos en la prensa mexicana como Denisse Maerker o Carmen Aristégui, revelan un comportamiento percibido como masculinizante que quizá les sea funcional para sobrevivir en el medio periodístico en el que se insertan⁸. Esto permite inferir la adopción de una estrategia de sobrevivencia sociocultural de estas mujeres en el medio periodístico que, ante la insensibilidad palmaria que existe al respecto, deben adoptar actitudes masculinizantes desde las que son percibidas como mujeres rudas y desafiantes para poder entablar relaciones más equilibradas y de mando, en especial con los hombres (Damian-Gaillard, B., Frisque, C., & Saitta, E. 2010).

⁸ Como ejemplo, las dos periodistas resaltan en diversas entrevistas la dificultad de ser mujer y periodista a la vez. En particular, Carmen Aristégui en una entrevista a *Vanity Fair* responde a la pregunta de si ser mujer le ha facilitado o dificultado su trayectoria profesional. Ella resalta que lo más importante es que las mujeres hagan valer sus derechos y luchen por ellos, así como por sus libertades. Este 'decir' relativo a la condición de la mujer periodista, así como todas las respuestas que da durante la entrevista, está marcado por un discurso principalmente asociado a los valores masculinos, según Eric Neveu en su artículo sobre los efectos de la feminización en el periodismo. Neveu (2000) se refiere en particular a las oposiciones entre la guerra y no el amor; la sociedad y no la familia; la batalla y no las emociones; los problemas generales y no los individuales.

Desde el estudio de la prensa y el género también se revela que, en lo general, se habla muy poco de las mujeres en los medios, esto es, que las mujeres no constituyen fuentes de información; incluso las mujeres periodistas no hablan de las mujeres ni buscan a las mujeres como fuente a menos que sea en espacios privados (privados de todo, como sarcásticamente señalara Hannah Arendt). En ese sentido, parece claro que se ha construido una representación ideológica disminuida o desfavorable de las mujeres no sólo como fuentes de información en torno a los problemas públicos, sino también acerca de su capacidad y desempeño laboral como periodistas, lo cual tiene un posible correlato con la naturaleza sensible e irracional, culturalmente asignada.

115

Esto también se revela a través del famoso fenómeno del techo de cristal, que constituye también una forma de ‘decir’ el género. Recientemente, un estudio sobre mujeres en puestos directivos (Hutchings y Michailova 2014; Tung 2004) muestra la falta de disponibilidad que tienen las mujeres a nivel mundial para viajar y trabajar en diversos países, lo que les impide acceder a puestos directivos en las industrias. Esto evidencia que las condiciones de vida familiares de la mujer son incompatibles con las políticas de la empresa. En general, puede decirse que las mujeres se encuentran marginadas de este escenario laboral debido a sus responsabilidades familiares y, en específico, por el embarazo, lo que muestra una terrible insensibilidad respecto de su condición de género, en tanto la discrimina. Dicha insensibilidad puede guardar relación además con una creencia sociocultural bastante extendida que alude a la supuesta incapacidad de la mujer para mandar y coordinar el trabajo de otros, sobre todo de hombres, así como aquella vinculada a las secuelas del ancestral rol doméstico de la mujer, lamentablemente aún instalado en la mente de muchas mujeres y hombres.

Sin embargo es quizá la publicidad, que ‘dice’ al género de forma directa, uno de los casos más reveladores de la violencia de género contra las mujeres, al reportar una representación negativa de las mismas que va desde los roles domésticos y estereotipos de belleza tradiciona-

les asignados socialmente a la mujer hasta su tratamiento como objeto sexual. Un estudio publicado en 2007 por el Consejo Audiovisual de Andalucía, revela que el 79% de los anuncios publicitarios registran tratamientos sexistas contra la mujer, las cuales son representadas justamente en los tres roles antes descritos. Con ello se promueven, además, estereotipos sexistas y discriminatorios que más que trascender la condición de género, en realidad la socava aún más.

116

Al respecto, un estudio reciente de Ana Herrero (2015) sobre publicidad sexista en internet y sus alrededores, revela el tratamiento de lo que llama canibalización sexual de las mujeres a través de anuncios comerciales pagados por grandes empresas e iniciativas publicitarias de pequeños empresarios. En ellas se puede ver la comestibilidad del cuerpo de las mujeres y su ofrecimiento como platillo o bocado a los hombres. Esto, sin duda alguna, muestra a las mujeres de forma no sólo cosificada sino más bien como comida, al representarlas de una manera indigna y peligrosa.

Desde el panorama mundial de la violencia contra las mujeres y niñas, que es otra forma de 'decir' el género y bastante negativa y perjudicial para las féminas, en particular, y para la sociedad entera en lo general, Aimeé Vega (2010) señala al respecto que en Estados Unidos, cada año, un millón y medio de mujeres son víctimas de la violencia física y sexual por parte de algún familiar. En Suecia, por su parte, tal y como refiere el mismo estudio, cada diez días muere una mujer por incidentes de violencia doméstica, y en Canadá el 29% de las mujeres son objeto de cualquier tipo de violencia en su propia casa. Estos son los países desarrollados. El panorama para las mujeres en los países pobres es aún más dramático.

En México, según estadísticas de INMUJERES a enero de 2014, en el Estado de México el 57.6% de las mujeres habían sufrido violencia por parte de sus parejas y siguen en la lista Nayarit, Sonora, Ciudad de México y Colima con cifras por encima del 50%. En cuanto a la violencia física, el 14% de las mujeres mexicanas reportó agresión, mientras que el 7.3% confirmó haber sido agredida sexualmente por sus parejas. Una cifra no despreciable es la que anuncia un 24.5% de violencia

económica, y un alarmante 43.1% de violencia emocional, entre otras, incluso la feminicida, misma que en nuestro país lamentablemente lleva el emblema de las muertas de Juárez.

En México, las altas cifras de feminicidios que han provocado la presencia de la alerta de género en casi la mitad de los estados del país, revelan un profundo desprecio por la mujer, no sólo por parte de sus agresores y cómplices, sino también por parte de las autoridades que encajonan los casos sin resolver a la espera de que se nos olvide algún día. ¿De qué otra forma si no se puede explicar tanta agresión, desidia e impunidad? Este desprecio, sin duda alguna, forma parte de la idea o creencia que anima a alguien a asesinar una mujer (o a encajonar su caso legal), de manera que el asesinato mismo y el encajonamiento de su caso son formas prácticas (no lingüísticas) de expresar dicho desprecio, al configurarse así en un comportamiento comunicativo que se da a través de una práctica expresiva nefasta, nociva, y sobre todo inaceptable.

117

En cuanto al ámbito del ejercicio público y político, el panorama no mejora de forma sustancial. Aunque en nuestro país la ley de paridad en la representación política garantiza un tratamiento equitativo en las candidaturas políticas de hombres y mujeres, se sabe que la elección de estas últimas suele darse a modo de simulación pues o bien no ganan, o bien dejan el puesto a los hombres, tal y como ocurrió con las llamadas “juanitas” en 2015 en el Congreso de la República, hecho a través del cual presumiblemente se ‘dijo’ (al referirse a estas mujeres políticas) de su incapacidad, o bien de su bajo o nulo empoderamiento.

Dentro del escenario de la política, pero en otro sentido, un estudio reciente de Daniela Cerva (2017) reveló el carácter sexual y sexista en el tratamiento mediático que se le da a las mujeres en el ámbito político. La autora denunció los casos de varias mujeres políticas (Purificación Carpynteiro, Crystal Tovar, Giselle Arellano, Claudia Pavlovich, entre otras) durante las elecciones de 2012 y 2015.

El estudio de Cerva revela que el tratamiento mediático de estas mujeres políticas insiste en destacar más su físico y situación familiar que su trabajo, al restar importancia a su capacidad para gobernar. La fotogra-

fía escandalosa de la diputada Tovar, cuyo pie de página rezaba “La diputada con la minifalda más corta” es un ejemplo de agresión y discriminación hacia la mujer en el escenario político, lo que a su vez confirma no sólo la manera en que se concibe a las mujeres, sino también la manera en que por medio de la expresión se refieren a ellas. De la misma forma el sobrenombre de Paris Hilton señalando que se encuentra “entre las más guapas, más sexys y mejor vestidas de México” desvían la atención del trabajo político de la diputada Carpinteyro, al ilustrar con ello el sesgo hostil hacia su condición de mujer. Cabe destacar que estas notas fueron elaboradas por reporteros hombres.

118

Otro caso escandalosísimo fue el de la candidata a diputada Giselle Arellano, a quien se le acusaba en los medios de su pasado como *escort*. A través de estas notas periodísticas, también elaboradas por hombres, sobre todo las que se publicaron en las redes sociales, la prensa escogió ‘decir’ de esta diputada algo no relacionado con su trabajo, al buscar promover con ello la imagen de la candidata de una manera negativa: “Lo que faltaba, ahora nos gobiernan las putas” fue el mensaje en redes sociales ante la nota e imagen que pretendió igualar el pasado de Arellano como dama acompañante a la manera de un dato invalidante para ser funcionaria política. Valga decir que esto le valió, además, perder la diputación entre los aspirantes de su partido, el PAN. Lo terrible del caso es que Arellano lo negó todo el tiempo, con lo que se mostró como una mujer “proba”, “decente”, al seguir el estereotipo de género social y culturalmente asignado. ¿Acaso debió hacerlo, aún y cuando lo que decían de su pasado era verdad?

Algo parecido se ‘dijo’ de Claudia Pavlovich, a quien durante su candidatura a la gubernatura de Sonora le colgaron en la vía pública mantas que decían “La panocha en las coyotas. No en el Palacio”, u otra aún más agresiva que decía “Las mujeres como las escopetas, cargadas y en el rincón”. No hay evidencia de que estas notas anónimas fueran escritas por hombres, pero es claro que el lenguaje soez utilizado en ellas muestra un profundo desprecio por los derechos de la mujer y por la mujer misma como figura política.

La violencia política contra las mujeres, tal y como se ha visto en los casos reseñados, revela la presencia de un pensamiento machista muy peligroso porque no sólo hostiga y agrede, sino que también denigra la imagen de la mujer, y contribuye a conformar representaciones sexistas y negativas en torno a ella.

Como se ha visto con anterioridad, todas las expresiones que se han enumerado (sean expresiones netamente lingüísticas o visuales, o bien prácticas por medio de las cuales se 'dice') han mostrado ser denigrantes y violentas hacia la mujer, de lo que se puede concluir que la comunicación en relación al género ha servido hasta el momento, al menos en el ámbito público del que hemos extraído las evidencias descritas con anterioridad, para agredir, humillar, sobajar y violentar a la mujer. Esto nos lleva a preguntarnos ¿para esto sirve la comunicación en la sociedad? A continuación, desde una perspectiva teleológica de la comunicación se ofrece una reflexión en torno al deber ser de la comunicación desde las posturas dialógicas de Martin Buber.

119

EL PARA QUÉ DE LA COMUNICACIÓN. UN ENFOQUE DE ANÁLISIS PARA LA COMUNICACIÓN DEL GÉNERO DESDE LA FILOSOFÍA PERSONALISTA DE MARTIN BUBER

Hasta el momento se ha expuesto cómo la comunicación del género tiene lugar a partir de concebirla como acto y comportamiento expresivo de los individuos y grupos sociales, de manera que los ejemplos descritos en el apartado anterior dan muestra de actos y comportamientos comunicativos que dejan mucho que desear. Al atender a lo anterior, en este apartado se quiere hacer énfasis en la dimensión teleológica de la comunicación desde la propuesta personalista de Buber en tanto el género es un asunto político y de interés público que tiene un impacto crucial en el buen funcionamiento de las relaciones sociales en general.

La filosofía personalista de Buber, que se inscribe en las llamadas filosofías del diálogo, entiende a la comunicación como la buena

comunicación y enfatiza así su carácter teleológico. La obra magna donde Buber desarrolla esta filosofía es en su *Yo/tú*, de 1923; en ella, el concepto de relación esencial constituye el pilar de su propuesta dialógica, se entiende por tal una relación de tipo óntico entre una persona y otra que se da por medio de la amistad o el amor, donde un ser se franquea a otro. Esto da cuenta del sentido mutuo y directo de la relación del yo-tú, se gesta así la reciprocidad que constituye el motor de lo que para Buber debe conformar la relación interpersonal y social. Este tipo de relación el autor la define en términos de solicitud, es decir, como lugar de apertura y punto de partida para la relación respetuosa con el otro. Así se constituye en Buber la idea del “nosotros” que es un concepto que rige la relación yo-tú en clave dialógica y fenomenológica, no sociológica.

Buber define al “nosotros” a partir de tres conceptos básicos: el “mundo de la relación”, el “entre” y el “diálogo”. El mundo de la relación es la totalidad de las relaciones esenciales (de amor y amistad) entre los individuos a partir de la cual éstos se sobreponen a la soledad (Buber, 1969). Esta relación ocurre en el aquí y el ahora y se revela cuando un individuo es capaz de reconocer a otro en toda su alteridad, pues según Buber, es a partir de ello que será capaz de reconocerse a sí mismo en forma plena, en su capacidad y poder de transformación. En ese sentido, el mundo de la relación se da en el “entre”, es decir, en la relación misma, donde la comunicación se instituye como el lugar potencial del encuentro y la transformación.

En términos del autor, sólo en el “entre” puede darse una relación auténtica, viva, inmediata y directa, por lo que el “entre” se gesta como el lugar del diálogo en tanto del encuentro con el otro. El diálogo, en palabras del filósofo judío, es la forma en la que uno se abre al otro, se transforma en la aceptación del otro, lo que implica el respeto a él/ella y a su palabra. Así, el otro se vuelve interlocutor, es decir, una persona a la que se le reconoce y acepta dentro del diálogo, conformando una relación de confianza y personificación del tú, cuyo correlato más esencial se da a través de la idea de apertura y comunidad.

En la confianza, según Buber, los deseos individuales se funden de forma natural y sin esfuerzo con las necesidades del otro, de manera que conduce al compromiso, la ayuda, el servicio, el respeto y la comprensión. Así, el yo entra en relación directa con el tú, personificándolo; es decir, al establecer entre ambos una relación del tipo yo-tú que es, de acuerdo con este autor, el modo natural de reunirse el ser, es decir, la acción amorosa de personalización e intercomunicación humana. Pero el amor no es en Buber un sentimiento, sino la acción de personalización del tú que se da en la relación yo-tú. En el amor, el diálogo ocurre de forma natural y sin mediaciones, fruto de una relación auténtica entre persona y persona. Esta relación, por supuesto, es no situada, pero es la única manera en la que, según el autor, el yo puede percibir al tú como persona (como a su sí mismo) y no como un objeto o cosa.

121

Sin embargo, en la vida real (y el ejemplo del género es bastante ilustrativo), estas relaciones amorosas suelen no darse. Esto se ha podido constatar claramente a través de los ejemplos señalados. Por eso Buber, consciente de que la personalización no es un rasgo característico de las relaciones humanas, señala acertadamente que hay al menos dos formas de relación entre los humanos: cuando el tú es concebido como persona se gestan relaciones amorosas, pero cuando es pensado como una cosa ese tú adquiere propiedades de Ello, representando así al tú como perteneciente al mundo objetual.

A diferencia de las relaciones yo-tú, las relaciones yo-Ello expresan relaciones de distinción natural, las cuales se configuran a partir de obstaculizar el reconocimiento del otro como persona, es decir, en su esencia, gestan relaciones de dominación y utilidad. Se trata de una experiencia que no es mutua ni directa en tanto condicionada o mediada, siempre situada y en tanto tal activada por las relaciones históricas y sociales vinculadas a las posiciones y al ejercicio del poder, lo que contribuye a la representación del otro como ajeno y diferente⁹.

⁹ Para Buber, la relación Yo-Ello es una relación de desprendimiento, en tanto se desprende el yo del tú (ello) conformando a su vez relaciones de cosificación, dominación y utilización. A este tipo de relación le podemos denominar relación de violencia; por

De lo dicho por Buber se puede colegir que las relaciones entre hombres y mujeres, desde el ámbito público antes reseñado, son, en su mayoría, relaciones de cosificación pues no puede haber referencia a una persona cuando se le agrede física, emocional, psicológica y simbólicamente. Ello revela que las representaciones que se construyen sobre la mujer la colocan en una posición inferior con respecto del hablante (sea mujer u hombre); de ahí el carácter instrumentalista de las relaciones que se gestan con ella.

122

Como se puede ver, lo anterior difiere de las relaciones del yo-tú que se dan por medio de la co-participación y la reciprocidad. Es en este sentido que Buber considera al diálogo como un modo de relación directo y mutuo a través del cual se confirma el valor único de las personas, donde las relaciones dialógicas gestan relaciones de “involucramiento” en la que el yo participa del tú, aunque no se funde con él. Sin embargo, cuando la relación con el otro es violentada, como en el caso del yo-Ello que representa la violencia de género en los casos antes vistos, el ser lo experimenta sin participar de él, derivando una experiencia del ser “en” el otro y no una experiencia entre el ser “y” el otro (Buber, 1969) que es lo que define en términos del autor el encuentro recíproco. Sin este “y” presente, las relaciones de género seguirán siendo relaciones de desprendimiento, donde se cosifica a las personas y se les usa en función de las intenciones instrumentalistas del otro.

Debido a que la relación yo-tú es presentada por el autor como aquella sin mediaciones, pareciera que esto no es posible lograrlo, en tanto ideal. Sin embargo, nuestra apuesta en este sentido es articular dicha relación al interior de un circuito de acción esforzada y consciente que posibilite la emergencia de motivaciones para “suspender” las diferencias que siempre existen y que constituyen nuestra individualidad.

eso situar al tú implica cosificarlo. En el caso de la relación yo-tú, le llama de involucramiento e integración ya que el yo participa del tú y viceversa, gestando equidad y respeto. Este es, para el autor, el mundo de la relación participativa, directa, mutua y presente.

Según lo anterior, comprender la dimensión teleológica de la comunicación implica pensar al fenómeno comunicativo como aquel donde se busca el encuentro con el otro y no su sometimiento o aislamiento. Bajo estas directrices, pensar la comunicación de forma teleológica no sólo contribuye a hacer de ella un mecanismo, aún utópico, para el establecimiento de relaciones yo-tú, sino que se imbrica en una agenda garantista de derechos a través de la cual pueda abonarse a la construcción de sociedades equitativas, justas y democráticas, respetuosas de las diferencias, incluso, por supuesto, la diferencia sexual.

CONCLUSIONES

123

En este texto se ha presentado una síntesis del estado de la cuestión en torno al binomio comunicación y género; desde ella se ha podido dar cuenta que la reflexión y la investigación respecto a este tema, que se hace desde el campo de estudios sobre la comunicación, está esencialmente dominada por trabajos que denuncian la agresión y la violencia contra las mujeres a partir del análisis de las representaciones discriminatorias y excluyentes que sobre ella se hacen fundamentalmente en los medios de comunicación.

En términos conceptuales esto implica asumir a la comunicación, e incluso lo comunicativo, como algo dado, sin buscar en el origen de estos actos y comportamientos comunicativos las causas que pudieran detonarlos. Si bien tampoco aquí se han evidenciado dichas causas, el presente trabajo ha logrado desarrollar una perspectiva analítico-conceptual que da respuestas a ello, al situar a la comunicación del género como un acto y comportamiento expresivo resultado de la construcción de información en torno a la diferencia sexual y a la construcción cultural del género a partir de ella, que a su vez es fruto de las experiencias individuales o sociales de quienes eventualmente comunican a partir de sus experiencias de relación con hombres y mujeres y en función de intereses y motivaciones concretas a la hora de comunicar.

Esto que se inscribe en una perspectiva fenomenológica de la comunicación aporta insumos para pensar no sólo qué y cómo se comunica el género, sino por qué se comunica así y no de otra manera. El origen de la discriminación y el desprecio, lamentablemente aún generalizado por la mujer en su condición de mujer, está justo en las formas y los contenidos negativos con que cada “hablante” ha construido, vía su experiencia personal y social, una representación sobre ella. Por eso, la manera de destruir y transformar estas prácticas de vejación, exclusión y agresión hacia la mujer debe circunscribirse a generar un cambio en el conjunto de representaciones mentales sobre los que se sostiene, lo que implica también la generación de un cambio en las formas de relación o experiencia entre hombres y mujeres en la experiencia vital de individuos y grupos. Ese, en nuestra opinión, es un camino plausible desde la comunicación.

Regulando la experiencia a través del fomento de las relaciones personalizadas o de involucramiento (tal como dijera Buber) entre hombres y mujeres, regulamos también el ‘decir’, al configurar con ello actos y comportamientos comunicativos respetuosos de la diferencia sexual y hasta cierto punto desideologizados. Pero para que esto sea posible, por supuesto, ciertas condiciones sociales y culturales deben ser propicias. Las prácticas de equidad, justo por sociales, requieren no sólo de un fundamento comunicativo y experiencial, sino institucional en todos sus sentidos, donde la educación y la jurisprudencia resultan cruciales.

Si bien falta aún mucho para transformar positivamente las prácticas de relación entre hombres y mujeres en prácticas equitativas y personalizadas, esto no tiene por qué ser un sueño inalcanzable. Ciertamente avanzamos lento, pero avanzamos: la implementación de las políticas de género ha dado pasos sustanciales en esa dirección, aunque la vida cotidiana nos recuerda que todavía es insuficiente. En este contexto, la comunicación social y pública puede y debe erigirse en baluarte de una ética personalista, apoyando así los esfuerzos de otros ámbitos en los que se defiende la equidad de género como pilar del motor de cambio en nuestras sociedades.

Si bien hoy la narrativa de género permea buena parte de las prácticas y discursos de las generaciones más jóvenes, y puede decirse incluso que ésta se ha consolidado desde un enfoque garantista donde el género –y con ello todo el paquete de derechos vinculados a la diversidad sexual– se despliega cada vez más como una instancia discursiva normalizada, aunque su detracción ya ha comenzado a verse como parte de “lo políticamente incorrecto”, aún queda por hacer y no poco. Comprender lo que está en la base de nuestras comunicaciones no es menor para contribuir con este necesario e insoslayable cambio.

Si se piensa que la diferencia sexual es de todas, quizá, la diferencia más básica en tanto se vincula con los aspectos de la reproducción, parece plausible entender –mas no aceptar– las resistencias que aún perviven en torno a este problema público que atraviesa todas las esferas de la vida humana. El trasfondo de estas resistencias que no admiten interpelar de manera racional la diferencia desde un enfoque social y político de derechos radica en esencia, pero no únicamente, en el dominio de un sexo sobre otro a partir de la preocupación ancestral que supone la lucha por la sobrevivencia. Desde esta perspectiva es fácil colegir la existencia de una necesidad casi imperiosa, biológica diríamos, por parte de los hombres para dominar a las mujeres (e incluso por perpetuar como diferencia básica la preferencia sexual heteronormativa), pues es una forma de controlar su vientre y a través de él la descendencia.

Sin embargo, ésto, que logra ser comprensible desde el punto de vista biológico y evolutivo, se topa no obstante con otro rasgo propio de la sobrevivencia humana, que nos ha dado una ventaja evolutiva sin precedentes: la razón, a través de la cual no sólo hemos podido dominar nuestros instintos, sino también construir civilización, es decir, cultura. Visto desde aquí, la cultura no es más que el mecanismo que nos ha permitido transitar colectivamente y en relativo consenso de paz de las sociedades primitivas hacia las sociedades altamente desarrolladas y tecnologizadas que es posible observar en muchos países del orbe y donde la comunicación ha jugado un papel central. En ese sentido, se

puede decir que la cultura, y también la comunicación, han impulsado un movimiento civilizatorio exponencial.

A partir de este paradigma civilizatorio (con todos sus bemoles), hemos podido preguntarnos y respondernos en torno a la calidad de vida de los humanos y desear esta calidad como bien superior en aras de atizar el fuego de la equidad y la justicia. A través de ello, se ha ido logrando imponer un pensamiento garantista que busca sustituir, con acierto, la idea de calidad de vida por una de corte más político: la de derechos. Por eso, al conocer gracias a la ciencia —como digna representante de la razón—, que nacer mujer o nacer hombre constituye literalmente un accidente cromosomático, la garantía de los derechos humanos adquiere una validez insoslayable que se ancla en una vertiente civilizatoria de la que ya no es posible ni deseable escapar. La comunicación, por supuesto, no está ajena a ello.

126

En el caso de la lucha por la equidad de género, se ha dado inicio a este proceso civilizatorio de manera sistemática desde hace más de un siglo. El movimiento feminista iniciado en Gran Bretaña y Francia a fines del siglo XIX y posteriormente consolidado en los Estados Unidos y América Latina en el XX, ha sido un ejemplo de lucha constante a favor de los derechos de la mujer, mismo que ha logrado grandes frutos al respecto. Ha permeado, que no es poco, las instancias más altas de la política y desde ahí ha influido en el diseño e implementación de políticas públicas al respecto. Sin embargo, como ya se dijo, éstas son insuficientes, y lo son porque ninguna ataca directamente el problema de fondo, que es el de la representación mental e ideológica que se tiene y se reproduce en torno a la mujer.

Como se ha sostenido aquí, el problema de la representación mental, social e incluso ideológica en torno al género debe anclar su debate en la fenomenología, pues las representaciones sobre el otro no vienen formadas *a priori*, sino que se construyen en la experiencia histórica y socialmente situada de la relación. Cuando se construyen bajo un mismo patrón informativo se sedimentan, se transforman así en esquemas de conocimiento poco flexibles desde donde se orienta tanto el pensa-

miento como la acción. Si además de ello, dichas representaciones encuentran amparo a través de los mecanismos de inculcación que, como bien señalara Bourdieu (1990), se dan mediante las disímiles instancias socializadoras como la familia, la escuela, la religión, los medios, por indicar los más conocidos, que son por las que un individuo deviene un ser social, entonces, estas representaciones se consolidan y anquilosan al conformar espacios cada vez más reducidos para el análisis y la comprensión de la realidad e impiden con ello la posibilidad de su actualización, es decir, de su transformación.

Considerando de manera generosa que quizá el discurso sobre la equidad de género haya comenzado a permear buena parte de estas instancias socializadoras (las redes sociales, son un buen ejemplo de ello), es necesario insistir en la necesidad de diseñar e implementar políticas públicas que, desde ellas, puedan erigirse como escenarios óptimos para concretar estos cambios representacionales de los que hemos venido hablando. Luego, por supuesto, resta la tarea de cambiar las prácticas, pero garantizando lo anterior, esto suele ser menos complicado. Para lograrlo, desde la comunicación, que es el ámbito que aquí ocupa, es imprescindible fortalecer un enfoque democrático y civilizatorio –tanto en la construcción de la representación como en la gestión expresiva de la misma– que nos permita gestionar la diversidad y la pluralidad, ya no sólo a nivel público, sino también en el plano privado, donde en particular en el tema de género aún queda mucho por hacer.

Gracias a su esencia biológica, el tema de la equidad de género y los derechos de la mujer resulta el más difícil de resolver, pero sin duda alguna, también, el más necesario. Por eso, buena parte de nuestra tarea como estudiosos o profesionales de la comunicación es contribuir cívicamente con ello, lo que implica –está de más señalar– no sólo hacer un uso ético, consciente y responsable de nuestro ‘decir’, sino también fomentar la observancia de estos principios civilizatorios respecto al ‘decir’ de los otros.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS:

- 128 Alsop, R., Fitzsimons, A., Lennon, K. (2002). *Theorizing Gender*. Polity Press & Blackwell Publishing Ltd.
- Ayral, S. (2011) *La fabrique des garçons : sanctions et genre au collège*. París: PUF.
- Bourdieu, P. (1990). *Sociología y cultura*. México: FCE.
- Bourdieu, P. (1998). *La dominación masculina*. Barcelona: Anagrama.
- Buber, M. (1969). *Yo-tú*. Buenos Aires: Nueva Visión.
- Buber, M. (2002) *¿Qué es el hombre?*. México: FCE.
- Consejo Audiovisual De Andalucía (2007). *La publicidad del sector de limpieza: Modelos y representaciones de género*.
- Damian-Gaillard, B., Frisque, C., & Saitta, E. (2010). *Le journalisme au féminin: Assignations, inventions, stratégies*. PU: Rennes.
- Goffman, E. (1977) The Arrangement between the Sexes. *Theory and Society*, 4(3), 301-331.
- Grossetete, M. (2016) Un genre déclassé : l'information de santé à l'épreuve de la féminisation du journalisme. En *Les Cahiers du Genre*, 2 (61), 151-168.
- Hutchings, K.; Michailova, S. (eds). (2014). *Research handbook on women international management*. Cheltenham: Edward Elgar.
- INMUJERES. (2014). *Estadísticas de violencia contra las mujeres*. Recuperado de: <http://estadistica.inmujeres.gob.mx/formas/convenciones/Nota.pdf>
- Herrero, A. (2015). Anomalías visuales en las representaciones de la mujer. En *Revista Iberoamericana de Comunicación* 29, otoño-invierno. México, Universidad Iberoamericana.
- Lamas, M. (2012). Dimensiones de la diferencia. En: Cruz Parceros, J. A., vázquez, R. (Eds.), *Género cultura y sociedad*. México: Fontamara.
- McDowell, L., Pringle, R. (1992). *Defining Women. Social Institutions and Gender Divisions*. The Open University

- Menesson, C. (2011). Socialisation familiale et investissement des filles et des garçons dans les pratiques culturelles et sportives associatives. *Réseaux*, (4), 87-110.
- Mittell, J. (2010). *Television and American Culture*. Estados Unidos: Oxford University Press.
- Neveu, E. (2000) Le genre du journalisme. Des ambivalences de la féminisation d'une profession. In: *Politix*, 13 (51) 179-212.
- Nussbaum, M. (2006). *El conocimiento del amor. Ensayos sobre filosofía y literatura*. Madrid: Visor.
- Romeu, V. (2016). Pensando la comunicación y el fenómeno comunicativo. En *XXXI Anuario CONEICC*, México, 17-55.
- Romeu, V. (2018). *El fenómeno comunicativo*. México: Nómada.
- Vega, A. (2010). La responsabilidad de la televisión mexicana en la erradicación de la violencia contra las mujeres y las niñas: apuntes para una investigación diagnóstica. *Revista Comunicación y Sociedad*, Nueva época, 13, enero-junio, 43-68.
- Tung, R. L (2004). "Female expatriates: a model for global leaders?" *Organizational Dynamics*, 33 (3), 243-253.
- Van Dijk, T.A. (2000). El estudio del discurso. En: Van Dijk, T.A (coord.) *El discurso como estructura y proceso*, 21-36. Barcelona: Gedisa.
- Vega, A., Portillo, M. & Repoll, J. (2008) *Las claves necesarias de una educación para la democracia*. México: Colección Eduardo Caballero y Caballero.
- Zegai, M. (2010). La mise en scène de la différence des sexes dans les jouets et leurs espaces de commercialisation. En: *Cahiers du Genre*, 49,(2), 35-54.

Experiencia estética y experiencia poética: la producción de sentidos en la cultura mediatizada

Laan Mendes de Barros

RESUMEN

Reflexiones sobre experiencia estética, del objeto estético a la percepción estética, a partir de relecturas de Mikel Dufrenne y de algunos fundamentos de Hermenéutica. La experiencia estética desplegada en experiencia poética y el lugar de la producción de sentidos, en la perspectiva de la “Estética de la Recepción”, de la Escuela de Konstanz. Experiencia estética poética, mediaciones y mediatización: articulaciones entre semántica y pragmática en el pensamiento de Martín-Barbero y de autores brasileños sobre sociedad y cultura mediatizada.

Palabras clave: experiencia estética, experiencia poética, producción de sentidos, mediaciones y mediatización.

SUMMARY

Reflections on aesthetic experience, from the aesthetic object to the aesthetic perception, from re-readings by Mikel Dufrenne and from some foundations of Hermeneutics. The aesthetic experience displayed in poetic experience and the place of the production of senses, in the perspective of the “Aesthetics of Reception”, of the Konstanz School. Poetic aesthetic experience, mediations and mediatization: articulations between semantics and pragmatics in the thought of Martín-Barbero and of Brazilian authors on mediated society and culture.

Key words: aesthetic experience, poetic experience, production of meanings, mediations and mediatization

131

Fecha de recepción: 1 de septiembre de 2016

Fecha de aceptación: 13 de febrero de 2017

INTRODUCCIÓN

132

Este artículo recupera discusiones del Grupo de Trabajo *Comunicación y Experiencia Estética*, de la Asociación Nacional de Programas de Post-grado en Comunicación–Compós, de 2012 y cuestionamientos referentes a la producción de sentidos y a las relaciones entre poética y estética con los cuales hemos lidiado en otros trabajos (Barros, 2008, 2009, y 2011). Presentamos también articulaciones entre los conceptos de *mediaciones* y *mediatización*, que pueden ayudar a establecer nexos entre *experiencia estética* y lo que podríamos llamar *experiencia poética* en los estudios de los procesos y productos mediáticos. Nuestra mirada se dirige, por lo tanto, al campo de la percepción estética presente en la relación del espectador con la manifestación artística y, en el caso de los fenómenos comunicacionales, en los procesos de recepción de los productos mediáticos. Los consumidores de productos de los medios de comunicación se plantean aquí en la perspectiva de su participación activa en la producción de sentidos, a partir de su relación con el producto cultural mediatizado y de su inserción en la sociedad.

Las reflexiones aquí presentadas pasan por la lectura de la *Fenomenología de la experiencia estética* de Mikel Dufrenne y por breves destaques de la Hermenéutica de Ricœur. De la misma manera, pasa por cuestionamientos de los pensadores de la Escuela de Konstanz, quienes propusieron una “Estética de la Recepción”, en la cual la experiencia estética se despliega en experiencia poética. Para finalizar, se articulan los conceptos de *mediaciones* y *mediatización*, presentes en el pensamiento comunicacional latino-americano contemporáneo, al destacar las formulaciones de Jesús Martín-Barbero y de José Luiz Braga.

Estos procesos de interpretación de los productos mediáticos por parte del público se despliegan en un complejo juego de polisemias que hacen que los ejercicios de la estética se traduzcan por ejercicios de poética, pues la percepción extrapola la recuperación de lo que fue propuesto por el autor y se efectiva en la producción de nuevos sentidos. La *aisthesis* se convierte, entonces, en *poiësis*.

DEL OBJETO ESTÉTICO A LA PERCEPCIÓN ESTÉTICA

La obra maestra del filósofo francés Mikel Dufrenne, *Phénoménologie de l'expérience esthétique*, publicada originalmente en 1953, está dividida en dos volúmenes: *I) L'objet esthétique* (1992a), y *II) La perception esthétique* (1992b). Tal desmembramiento refuerza los dos énfasis más frecuentes en los estudios sobre los fenómenos estéticos y, de forma más particular, sobre el universo de la “experiencia estética”: la *obra* producida por el artista y su *disfrute* por parte del receptor. Sin la pretensión de avanzar, de manera más calificada, en las discusiones sobre Fenomenología –lo cual implicaría un tratamiento filosófico de mayor densidad¹– traemos para este texto los dos recortes propuestos por Dufrenne, quien al examinar separadamente *sujeto* y *objeto* invierte, justamente, en la articulación entre ellos, como instancias interdependientes en el contexto de la experiencia estética.

133

Todavía dentro del objetivo de situar este autor poco presente en los estudios de Comunicación brasileños, vale registrar su proximidad con Sartre y Merleau-Ponty y sus raíces en el pensamiento de Alain (Émile Chartier), quien fue su profesor al inicio de su formación. De este último traemos dos fragmentos, del paso hacia el siglo XIX, que pueden ayudarnos a comprender de dónde viene la visión ontológica de Dufrenne sobre la experiencia estética y su apertura a los procesos de interpretación vivenciados por los espectadores. El primero confronta pensamiento y percepción: «*la plus grande partie des perceptions qui paraissent immédiates sont en réalité le résultat d'une éducation dont la mémoire n'a pas gardé les traces, et qu'avant d'apprendre à penser, nous avons dû apprendre à percevoir*»² (Alain, 1900, p. 747). El segundo ar-

¹ Inclusive porque Dufrenne no se vincula de manera rigurosa al pensamiento de Husserl.

² En traducción libre: “Los sentidos pueden engañarnos, por lo tanto, es razonable que, en su mayoría, las percepciones que se presentan de inmediato son en realidad el resultado de una educación de la cual la memoria no retuvo las pistas, y que antes de aprender a pensar, tuvimos que aprender a percibir”.

ticula objeto e interpretación : «*Il vaut mieux conclure que le donné est le même pour tous, mais que chacun ne sait pas également bien l'organiser et l'interpréter*»³ (p. 754).

Dufrenne retoma las enseñanzas de Alain e avanza en la fundamentación de una fenomenología de la experiencia estética que extrapola el plano de la *existencia* al adoptar la categoría *experiencia* en sus reflexiones sobre los fenómenos estéticos. De ahí el relevo que él da a la figura del espectador, a quien cabe la interpretación en el disfrute del objeto, y su condición activa en el proceso de producción de sentidos. Estos, construidos en una relación entre cognición y percepción, entre representación e imaginación. No es que él desprecie la condición del artista, el ejercicio de la creación; pero parece evidente que entre el creador y el espectador existe una relación de troca, de cooperación, organizada a partir de la relación de ambos con la obra, entonces convertida en objeto estético. Esto ya estaba bien fundamentado en la obra de 1953:

134

Et nous pensons qu'une étude exhaustive de l'expérience esthétique devrait joindre de toute façon les deux approches. Car, s'il est vrai que l'art suppose l'initiative de l'artiste, il est vrai aussi qu'il attend la consécration d'un public. Et, plus profondément, l'expérience du créateur et celle du spectateur ne sont pas sans communication : car l'artiste se fait spectateur de son œuvre à mesure qu'il la crée, et le spectateur s'associe à l'artiste dont il reconnaît l'acte sur l'œuvre.⁴ (Dufrenne, 1992a, p. 2)

³ En traducción libre: "Se puede concluir, por lo tanto, que el objeto dado es el mismo para todos, pero que cada uno irá a organizarlo, e interpretarlo de manera diferente."

⁴ En traducción libre: "entendemos que un estudio exhaustivo de la experiencia estética debería articular, de todas formas, los dos enfoques. Pues si es verdad que el arte supone la iniciativa del artista, es verdad también que ella espera la consagración de un público. Y, más profundamente, la experiencia del creador y la del espectador no están sin comunicación: porque el artista se hace espectador de su obra en la medida en que crea, y el espectador se asocia al artista del cual reconoce el acto en la obra."

Esto vuelve a ser tema catorce años después⁵: “El espectador no es solamente el testigo que consagra la obra, él es, a su manera, el ejecutante que la realiza; el objeto estético tiene necesidad del espectador para aparecer.” (Dufrenne, 1981, p.82). Esta condición realizadora del receptor es, para nosotros, un punto de destaque. Ella merece un ítem específico en nuestro texto, en donde observamos que la experiencia estética se despliega en experiencia poética. Esto vale incluso cuando el foco es el propio objeto estético, como en las formulaciones del volumen I de la obra principal de Dufrenne, aquí trabajada. El fruidor se apropia de la obra, al transformarla en objeto estético, a partir de una relación de troca, de naturaleza especular. En este sentido, podríamos tomarlo como un “espectador”, que tiene expectativas en relación con la obra, entonces asumida como objeto, en el contexto de la experiencia estética.

135

Vale aquí distinguir *obra* y *objeto estético*. Para Dufrenne (1992a, p. 47),

La distinction entre l'oeuvre et l'objet esthétique ne pourrait être durcie que par une psychologie qui subordonnerait radicalement l'être de l'objet à la conscience, qui ferait de l'objet esthétique une simple représentation, et de l'oeuvre, par contre, une chose. Mais l'expérience esthétique, qui est une expérience perceptive, impose cette évidence que le perçu n'est pas seulement du représenté, et que l'objet est toujours déjà constitué: par conséquent que l'objet esthétique renvoie à l'oeuvre et en est inséparable.⁶

⁵ El libro *Esthétique et Philosophie* tuvo su primera edición en francés publicada en 1967.

⁶ En traducción libre: “La distinción entre la obra y el objeto estético sólo podría ser consolidada por una psicología que subordinaría radicalmente el ser del objeto a la consciencia, que haría del objeto estético una simple representación, y de la obra, al contrario, una cosa. Pero la experiencia estética, que es una experiencia perceptiva, impone esta evidencia de que lo percibido no es solamente lo representado, y que el objeto está siempre ya constituido: consecuentemente el objeto estético se refiere a la obra y de ella es inseparable”.

Para él la obra de arte y el objeto estético deben ser pensados de manera concomitante, “la obra en cuanto que ella tiene su finalidad en el objeto estético y se comprende por él”. Aunque reconozca su importancia, Dufrenne no trae al artista para el centro de su reflexión, pues para él “el artista está siempre presente en su obra, aún más presente cuando más discreto” (1881, p. 55). Así, envés de la genialidad del artista, lo que resalta es la obra, que puede entonces convertirse en objeto estético.

136

A partir de esta articulación, nos interesa observar cómo este objeto estético se ofrece a las dinámicas de disfrute, sobre cómo se da su interacción con el espectador. Del objeto estético desplazamos la atención a la percepción estética, a los procesos de recepción y de producción de sentidos. Con eso, acompañamos a Dufrenne en la caracterización de la experiencia estética como experiencia del espectador. Esto implica, en especial para quien piensa a partir del universo de la comunicación, reconocer en el receptor una condición activa y creativa que le permita ver más allá de las experiencias del objeto. En las palabras de Dufrenne (1992b, p. 421), « *Percevoir n'est pas enregistrer passivement des apparences en elles-mêmes insignifiantes, c'est connaître, c'est-à-dire découvrir, à l'intérieur ou au delà des apparences, un sens qu'elles ne livrent qu'à qui sait les déchiffrer* »⁷. La producción de sentidos, que da también sustento a los procesos comunicacionales, está en la esencia de la experiencia del espectador.

La fenomenología de la experiencia estética de Dufrenne está bien analizada por José Carlos Henriques (2008), en su disertación de Maestría que merece nuestra lectura. Él recorre las obras del pensador francés y recupera bien sus principales ideas y énfasis. Como observa el investigador, “la experiencia del espectador de la obra de arte es el camino privilegiado de acceso a la comprensión de la esencia de la experiencia estética (p. 54).

Con Dufrenne, hacemos esa transición de la experiencia estética: del campo del objeto estético al campo de la percepción estética. Así, la

⁷ En traducción libre: “Percibir no es registrar pasivamente las apariencias, ellas mismas insignificantes, es reconocer, es decir, descubrir, internamente o más allá de las apariencias, un sentido que ellas rebelan solamente a quien sabe descifrarlas”.

producción de sentidos se da en la esfera de la fruición, que no se limita, sin embargo, a un estado contemplativo –en la perspectiva del pensamiento idealista– del espectador frente a la obra. La fruición implica el ejercicio de apropiación y de socialización de la producción de sentidos que adquiere, por lo tanto, una dimensión colectiva y cultural. En su libro *Esthétique de la communication*, Jean Caune también revisa las ideas de Dufrenne que privilegian la experiencia estética desde el punto de vista del espectador, y nos advierte:

Il convient de distinguer réception individuelle et reception institutionnelle - celle qui relève du monde de l'art. Il s'agit d'une distinction entre une perspective sociologique, et Dufrenne ne manque pas de signaler que l'oeuvre d'art n'est oeuvre que parce qu'elle est reconnue comme telle, par une institution ou un public. La nature de l'expérience esthétique est définie avant tout par la perception esthétique : celle-si fonde l'objet esthétique en lui faisant droit et en se soumettant à lui.⁸ (Caune, 1997, p. 19)

137

Ese reconocimiento de la obra por el público y ese carácter “institucional” que ella adquiere nos llevan a pensar la experiencia estética en el contexto social en que ella es vivenciada, así como su naturaleza colectiva y su existencia extendida en el tiempo y el espacio. Algunas puntuaciones de Monclar Valverde (2008, p.3) nos ayudan a pensar esas dimensiones de la experiencia estética y de los procesos de percepción: “La *recepción* es una *práctica colectiva*, que se desarrolla según rutinas, contextos y formataciones que son anteriores a la creación de cada obra particular”; y “la experiencia estética se caracteriza por la *inmersión* del espectador en una región del mundo sensible”. En esa inmersión los

⁸ En traducción libre: “Es necesario distinguir recepción individual y recepción institucional – la que se refiere al mundo del arte. Se trata de una distinción entre una perspectiva sociológica, y Dufrenne no deja de hacer notar que la obra de arte es obra solamente porque es reconocida como tal, por una institución o un público. La naturaleza de la experiencia estética es definida ante todo por la percepción estética: esta fundamenta el objeto estético reconociéndolo y sometiéndose a él”.

seres humanos comparten sus repertorios simbólicos, sus representaciones, que resultan en la construcción de un imaginario colectivo. En la misma línea de reflexión, Eduardo Duarte (2008, p. 2) nos recuerda que “el lenguaje es nuestra técnica antropológica del compartir mundos, de construcción de identidades. El uso racional y efectivo que hacemos del lenguaje construye marcas en nuestras subjetividades”.

Caune (1997, pp. 21-22) identifica los elementos constitutivos de la experiencia estética, de entre los cuales merecen nuestro destaque dos de ellos: a) « *L'expérience esthétique n'est pas seulement expérience du sujet, elle est expérience de la relation à l'autre: elle est intersubjectivité* »⁹; b) « *l'expérience esthétique, parce qu'elle met en rapport l'intersubjectivité, se réalise dans un monde vécu qui est aussi un 'horizon d'attentes', dessiné par une culture, structuré par une organisation sociale* »¹⁰. Es decir, la experiencia estética se da en la sociedad, en dinámicas de interlocución entre pares, apuntada por un conjunto complejo de “mediaciones culturales”, como veremos más adelante. La producción de sentidos extrapola así una dimensión sintáctico-semántica, y se inserta en un plano semántico-pragmático. En esta perspectiva la producción de sentidos se despliega en acción. “Del texto a la acción”, movimiento bien presente en los ensayos de hermenéutica de Paul Ricoeur (1998). Aunque la atención primera de la hermenéutica se dé en relación con la recuperación del acto creador, ésta no debe limitarse a estos contornos propios de la exégesis. Al respecto Ricoeur argumenta que cuando la atención se dirige a “una problemática del texto, de la exégesis y de la filología, parece que restringimos el objetivo, el alcance y el ángulo de la visión hermenéutica (Ricoeur, 1990, p. 135). La radicalización de este desplazamiento “del texto a la acción” puede llevarnos de la hermenéutica a la pragmática.

⁹ En traducción libre: “La experiencia estética no es solamente experiencia del sujeto, ella es experiencia de la relación al otro: ella es intersubjetividad”.

¹⁰ En traducción libre: “La experiencia estética, porque ella pone en contacto a la intersubjetividad, se realiza en un mundo vivido que es también un ‘horizonte de expectativas’, diseñado por una cultura, estructurado por una organización social”.

El desplazamiento del objeto estético a la percepción estética, como lugar de producción de sentidos, también está presente en el pensamiento de John Dewey, quien valoriza la experiencia del espectador –dando énfasis a la dimensión experiencial, bien en la línea del pensamiento pragmático– y recuerda que el proceso de percepción implica un acto de recreación:

Para percibir, un espectador necesita crear su propia experiencia. Y su creación tiene que incluir conexiones comparables a aquellas que el productor original sintió. No son las mismas, en cualquier sentido literal. No obstante, con el espectador, así como con el artista, debe haber una ordenación de los elementos del todo que es, en cuanto a la forma, aunque no en cuanto a los pormenores, la misma del proceso de organización que el creador de la obra experimentó conscientemente. Sin un acto de recreación, el objeto no será percibido como obra de arte. El artista seleccionó, simplificó, clarificó, abrevió y condensó de acuerdo con su deseo. El espectador ha de recorrer tales operaciones de acuerdo con su punto de vista propio y su propio interés (Dewey, 2010, pp. 103-104).

139

En sus reflexiones sobre “arte como experiencia”, Dewey sitúa el punto de vista del espectador en el contexto social del cual él hace parte, marcado por una determinada condición situacional y por inter-relaciones entre las personas. Es en ese contexto, en donde se da la experiencia estética, que él confronta las perspectivas del artista a las del espectador y reconoce que en el campo de la recepción ocurre una nueva construcción estética que es, de cierta forma, una nueva poética.

DE LA EXPERIENCIA ESTÉTICA A LA EXPERIENCIA POÉTICA

Al discutir la experiencia estética en el contexto social y priorizar la percepción estética en relación con el objeto estético traemos para el

centro de nuestra discusión la problemática de la recepción, desplegada en experiencia poética. Para esto revisamos la “Estética de la Recepción” propuesta por los pensadores de la Escuela de Konstanz, alrededor de los años sesenta del siglo xx. Hans Robert Jauss, Wolfgang Iser y otros integrantes de aquel grupo procuraron revalorizar la figura del lector en el proceso de interpretación de las obras literarias, superon el determinismo marxista y la linealidad formalista.

En la perspectiva de estos autores, entre obra y espectador ocurre una relación de interacción, que escapa al control del artista-escritor. Según Jauss,

140

cuando el lector contemporáneo o las generaciones posteriores reciben el texto, se revelará el hiato al respecto de la poiesis, pues el autor no puede subordinar la recepción al propósito con que compusiera la obra: la obra realiza, despliega, en la aisthesis y en la interpretación sucesivas, una multiplicidad de significados que, por mucho, sobrepasa el horizonte de su origen. (Jauss, citado en Lima, 2002, p. 102)

Por su parte, para Iser, entre autor y lector ocurre una especie de juego en el cual “el texto es compuesto por un mundo que aún ha de ser identificado y que es esbozado de modo que incita al lector a imaginarlo y, finalmente, a interpretarlo” (Iser, citado en Lima, 2002, p. 107). Para él, esta doble operación de *imaginar e interpretar* lleva al lector a construir nuevas formas y sentidos, a partir de su contexto, “transgrediendo” las referencias propuestas en el texto. Se supera así el enfrentamiento entre emisor y receptor, bien sea en la perspectiva de que el “público objetivo” es manipulado por el aparato mediático, o en la búsqueda de justificativas para la pérdida de información en el proceso comunicacional, como ocurre, por ejemplo, en las discusiones sobre ruidos y redundancias, presentes en la llamada *Teoría de la Información*.

A esta altura es necesario ampliar de una vez nuestra reflexión más allá de los fenómenos artísticos. Traemos ahora de forma más evidente la dimensión comunicacional de nuestro pensamiento.

Como escribimos con anterioridad (2011, p. 19), en la perspectiva de la *estética de la recepción* el lector es más que mero destinatario de las acciones de comunicación. “Él proyecta en el mensaje que fruye a sus expectativas, ‘concretiza’ la obra en un proceso de re-creación, legitimándola de esa forma. Por lo tanto, podemos entender ese proceso de re-creación como una nueva poética en el contexto de la experiencia estética”. Más que los sentidos producidos en el acto de concepción del mensaje y contenidos en él, propios del ejercicio de la poética (*poiesis*), nos interesa pensar los sentidos recreados en el proceso de recepción, en la experiencia estética (*aisthesis*). Si entendemos que en el campo de la recepción se opera un nuevo proceso creativo, podemos entonces afirmar que la experiencia estética se despliega en experiencia poética.

141

Al releer los textos del grupo de Konstanz, en 1986, la investigadora portuguesa María Teresa Cruz ya observaba la superación del aislamiento de la obra crítica literaria, que era entonces estudiada a partir del encuentro de la obra con el lector. Ella sugiere un pasaje de la “*poiesis*” hacia la “*aisthesis*”, cuando se pretende comprender la producción de sentidos. Explica ese desplazamiento teórico metodológico como un “pasaje de una problemática de la producción (...) hacia una problemática de la recepción y del enfrentamiento con la obra, en consonancia con el sentido original de la ‘*aisthesis*’ griega, y más tarde, de la estética kantiana” (Cruz, 1986, p. 57). En este caso, la recepción se configura como algo más complejo que la mera decodificación del mensaje. Se trata de una reelaboración de los sentidos propuestos en el texto. Para Cruz,

La recepción sería, por lo tanto, también, de una cierta forma, una producción cuyas determinantes tratan de un nuevo descubrir, ya no por el lado del autor, sino por el lado del lector. Un discurso, pues, que podríamos nombrar tanto como “estética de la recepción” como “poética de la recepción”. Si en un caso tenemos un pleonasma, en el otro tendremos algo aparentemente paradójico, en función del antiguo dualismo, tratándose aquí, en realidad, de la tentativa de su disolución: una recepción que, a rigor, se confunde con una producción. Una obra

cuyo sentido es tanto producto de quien lo codifica como de quien lo descodifica; un sentido, por tanto, que ya no es dado; una obra que ya no existe independientemente del sujeto que con ella se confronta. (Cruz, 1986, pp. 57-58).

142

Podríamos entonces proponer un despliegue de la experiencia estética en experiencia poética. En ella tendrían lugar no solamente los movimientos interpretativos realizados en la fruición, sino también la transformación de los sentidos allí producidos en nuevos discursos que se ofrecen a nuevas interpretaciones, en un proceso dialógico y dialéctico, vivenciadas por “comunidades interpretativas”, para adoptar la denominación de Stanley Fish. Este concepto, que recupera la condición del ser humano como “ser social”, y recuerda que la cultura es resultado de la acción de la colectividad, es central en la estética de la recepción, junto con el de “horizonte de expectativas”, propuesto por Jauss, para explicar la producción de sentidos en la relación entre el lector y la obra. Este segundo concepto proyecta una relación de interacción entre los dos, al recordar que la obra pauta el proceso sígnico, al proponer un campo temático para el proceso interpretativo. Por su parte el lector, el “fruidor”, proyecta en la obra sus expectativas e intereses, en una relación especular, como ya tratamos anteriormente.

Nuestras articulaciones entre estética y comunicación pueden ser vistas desde la perspectiva de la pragmática, como bien elabora Ángela Marques (2011, p. 2):

Una reflexión de cuño pragmático que articule las nociones de estética y comunicación debe preocuparse en cómo pensar las relaciones que se establecen entre los individuos en un dado contexto social, es decir, cómo se manifiestan las formas situadas de contacto, de diálogo, de negociación y de cuestionamiento de los órdenes valorativos y simbólicos que dictan el modo como individuos desarrollan sus acciones e interacciones, no sólo en contextos institucionales, sino sobre todo, en los múltiples contextos de las interacciones cotidianas.

El contexto de la recepción en el espacio de la colectividad no se caracteriza, es verdad, en lugar de convergencias y armonías, sino de negociaciones. Los sentidos producidos no son fruto de consensos. En el contexto social, incluso entre los pares de las “comunidades interpretativas”, las apropiaciones son dinámicas y plurales, y los sentidos surgen del debate, en un proceso dialéctico continuo que siempre replantea las interpretaciones en discusión. Se trata de un proceso en situación, en donde los sentidos son experimentados. Jeder Janotti Junior (2011, p. 8) identifica en ese campo de la experiencia estética “la propuesta de una estética relacional, que parte de la noción de John Dewey de experiencia” y que “coloca en perspectiva la importancia de los aspectos sensoriales de las vivencias humanas delante de los productos de la comunicación mediática”.

143

ESTÉTICA Y POÉTICA, MEDIACIONES Y MEDIATIZACIÓN (A MODO DE CONCLUSIÓN)

Nuestro desplazamiento entre las esferas de la estética y de la poética, registrado en este trabajo, nos lleva a pensar en la confrontación entre *mediaciones* y *mediatización*, dos conceptos bien presentes en los debates comunicacionales contemporáneos. Estos son traídos en este texto de forma apenas puntual y sirven como nuestras consideraciones finales —que no deben ser tomadas como conclusivas.

La idea de *mediaciones* está bien difundida en el pensamiento comunicacional latinoamericano. Se trata de una llave de lectura de los procesos comunicacionales, que se aplica en diferentes enfoques y recortes, y que encuentra en los estudios de recepción ambiente bastante fértil. Desde 1987, cuando Jesús Martín-Barbero propuso el desplazamiento “*de los medios a las mediaciones*”, el término mediaciones pasó a integrar el vocabulario de los investigadores del área. Entre adeptos y críticos, él sigue presente en nuestros discursos y formulaciones. En los últimos diez años el término *mediaciones* ha sido confrontado, cada

vez con mayor frecuencia, con el término *mediatización*. Para algunos estos términos son contradictorios; para otros, complementares. Nos situamos en este segundo grupo.

Esta complementariedad queda aún más acentuada cuando considerada la revisión promovida por Martín-Barbero en relación con su formulación original “*de los medios a las mediaciones*”, que rompía con el media-centrismo predominante en nuestra área de conocimiento. Cuando él invierte la idea de “mediaciones culturales de la comunicación” para “mediaciones comunicacionales de la cultura”, se da una aproximación a la discusión sobre la mediatización de la sociedad. La idea de “mediaciones comunicativas de la cultura” puede ser articulada a la idea de mediatización de la cultura, planteada por pensadores del área de la Comunicación.

144

Entendemos que la sociedad contemporánea vive de hecho bajo la lógica de la mediatización y que, en esa relación con los medios, ella cuenta con “dispositivos crítico-interpretativos en un sistema social de respuesta”, como nos sugiere José Luiz Braga (2006a, p. 309). Al mismo tiempo, este sistema tiene su apuntalamiento regido por un complejo sistema de mediaciones socioculturales que alimenta la producción de sentidos que se da en el campo de la experiencia estética. En este nuevo escenario de mediatización generalizada, híbrido y dinámico, las posibilidades de acciones colaborativas y de circulación de informaciones que provoquen repercusiones sociales se aceleran e intensifican. De cierta forma, tal sistema da materialidad a la idea de mediaciones comunicacionales de la cultura, en la medida en que las dinámicas culturales se ven atravesadas por los sistemas de información y comunicación.

El autor español-colombiano ha sido debatido en este GT, desde su formación anterior. En 2007, César Geraldo Guimarães y Bruno Souza Leal ya examinaban el modelo propuesto por él, que articula *lógicas de producción y competencias de recepción*, en un *eje sincrónico*, y *matrices culturales y formatos industriales* en un *eje diacrónico*. Los colegas de Minas Gerais resaltaban el “reflejo” entre medios de comuni-

cación y público presente en el concepto de “mediaciones”, propuesto por Martín-Barbero, como algo decisivo: “entre la experiencia vivida y la experiencia mediada, surgían, por decirlo de algún modo, una serie de distorsiones y refracciones, además de zonas de opacidad e incluso de indiscernibilidad” (2007, p.4). Pero también cuestionaban la “extensión excesivamente amplia y abierta de la noción de mediación”, al sugerir la necesidad de una mejor delimitación. El año pasado Jorge Cardoso Filho propuso la relectura, e inclusive, la radicalización del modelo teórico-metodológico que Martín-Barbero (2004) publicara en *Oficio de Cartógrafo*¹¹.

145

Estableciendo un diálogo entre las mediaciones sociales y las cualidades materiales de la situación, la investigación gana amplitud suficiente para incorporar nuevos elementos que vengán a ser desarrollados o que participen de la dinámica de conformación de la experiencia, así como ofrece posibilidades de tematizar los aspectos singulares que se configuran en la experiencia. Transitar por las mediaciones y materialidades para estudiar la experiencia significa radicalizar las reflexiones de Martín-Barbero, tanto a partir de los elementos presentes en su tesis, como al respecto de los elementos solamente anunciados. Más importante, significa desarrollar un procedimiento analítico de aprehensión de las posibles experiencias estéticas. (Cardoso, Filho, 2011, p. 11).

Al plantear *mediaciones* y *mediatización* como conceptos complementares pretendemos dar un sentido más complejo al universo de la experiencia estética, desplegada en experiencia poética. Si los procesos de interpretación y producción de sentidos “transitan por mediaciones y materialidades”, como nos propone Cardoso Filho, y se entranan y se esparcen por las dinámicas sociales, “no solamente en contextos institucionales, sino sobre todo en los múltiples contextos de las interaccio-

¹¹ Vale registrar que, antes de *Oficio de Cartógrafo*, Martín-Barbero ya había publicado el referido modelo en el prefacio a la quinta edición en español de su obra clásica *De los medios a las mediciones*, lanzada en 1999.

nes cotidianas”, según Marques, es bien viable pensar en un “sistema de interacción social sobre los medios”, como nos propone Braga (2006).

Las reflexiones aquí planteadas sobre experiencia estética, desde una perspectiva pragmática, que insiere la producción de sentidos en el contexto social en el cual están los interlocutores, permiten que utilicemos también en la comunicación los conceptos y procedimientos de análisis ya consolidados en el campo de las artes. Sería una buena contribución a la investigación en nuestra área de conocimiento si avanzáramos en los estudios de comunicación y experiencia estética.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Alain (Émile Chartier, 1990). *Le problème de la perception. Revue de Métaphysique et de Morale, novembre, VIIIe année, 745-754* (Edição digital de Bertrand Gibier *Les classiques des sciences sociales*. Recuperado de http://www.uqac.quebec.ca/zone30/Classiques_des_sciences_sociales/index.html).
- Barros, L. M. de. (2008). Cultura das mídias e mediações culturais. En: Barros, Laan Mendes de & Künsch, Dimas (Orgs.). *Comunicação: saber, arte ou ciência?* São Paulo: Plêiade, 127-151.
- Barros, L. M. de. (2009). Das poéticas da mídia às estéticas da recepção. En Medina, Cremilda & Medina, Sinval (Org.). *Energia, Meio Ambiente e Comunicação Social*. São Paulo: Mega Brasil, 309-334.
- Barros, L. M. de (Org.). (2011). *Discursos midiáticos: representações e apropriações culturais*. São Bernardo do Campo: UMEESP.
- Braga, J. L. (2006a) *A sociedade enfrenta a sua mídia: Dispositivos sociais de crítica midiática*. São Paulo: Paulus.
- Braga, J. L. (2006b). Sobre “mediatização” como processo interacional de referência. *XV Encontro Anual Da Compós: Anais GT de Epistemologia da Comunicação*. Bauru: UNESP / Compós.
- Braga, J. L. (2010). Nem rara, nem ausente - tentativa. *XIX Encontro Anual Da Compós. Anais GT de Epistemologia da Comunicação*. Rio de Janeiro: PUC-RJ / Compós.

- Cardoso, J. (2011). Situação, mediações e materialidade: dimensões da experiência estética. *XX Encontro Anual Da Compós. Anais GT Comunicação e Experiência Estética*. Porto Alegre: UFRGS / Compós.
- Caune, J. (1997). *Esthétique de La Communication*. Paris: Presses Universitaires de France.
- Cruz, M. T. (1986). A estética da recepção e a crítica da razão impura. *Revista Comunicação e Linguagens*, 3. Lisboa: Centro de Estudos de Comunicação e Linguagem.
- Dewey, J. (2010). *Arte como Experiência*. São Paulo: Martins Fontes.
- Duarte, E. (2008). O fenômeno antropológico da experiência estética. *XVII Encontro Anual Da Compós. Anais GT Estéticas da Comunicação*. São Paulo: UNIP / Compós.
- Dufrenne, M. (1992a). *Phénoménologie de l'expérience esthétique – Tome I – L'objet esthétique*. Paris: Presses Universitaires de France.
- Dufrenne, M. (1992b). *Phénoménologie de l'expérience esthétique – Tome II – La perception esthétique*. Paris: Presses Universitaires de France.
- Dufrenne, M. (1981). *Estética e filosofia*. Ed. São Paulo: Perspectiva.
- Gadamer, H-G. (2008). *Verdade e método I: traços fundamentais de uma hermenêutica filosófica*. Petrópolis, Rio de Janeiro: Vozes.
- Gadamer, H-G. (2007). *Verdade e método II: complementos e índice*. Petrópolis, Rio de Janeiro: Vozes.
- Guimarães, C. G. & Leal, B. S. (2008). Experiência mediada e experiência estética. *XVI Encontro Anual Da Compós. Anais GT Estéticas da Comunicação*. Curitiba: UTP / Compós.
- Henriques, J. C. (2008). *Significação Ontológica da Experiência Estética: a contribuição de Mikel Dufrenne* (Dissertação de Mestrado em Filosofia / área de concentração: Estética e Fenomenologia / orientação: José Luiz Furtado). Ouro Preto: UFOP.
- Janotti Jr. J. (2011). Are you experienced?: experiência e mediatização nas cenas musicais. *XX Encontro Anual Da Compós. Anais GT Comunicação e Experiência Estética*. Porto Alegre: UFRGS / Compós.
- Marques, Â. C. S. (2011). Relações entre comunicação, estética e política: uma abordagem pragmática. *XX Encontro Anual Da Compós*.

Anais GT Comunicação e Experiência Estética. Porto Alegre: UFRGS / Compós.

Martin-Barbero, J. (1997). *Dos meios às mediações: comunicação, cultura e hegemonia*. Rio de Janeiro: Editora da UFRJ.

Martin-Barbero, J. (2004). *Ofício de cartógrafo: travessias latino-americanas da comunicação na cultura*. São Paulo: Loyola.

Ricoeur, P. (1988). *Du texte à l'action: Essais d'herméneutique II*. Paris: Ed du Seuil.

Ricoeur, P. (1990). *Interpretação e ideologias*. Rio de Janeiro: F. Alves.

Valverde, M. (2008). Comunicação e experiência estética. *XVII Encontro Anual Da Compós. Anais GT Estéticas da Comunicação*. São Paulo: UNIP / Compós.

Deconstrucción de la retórica liberal a favor de los derechos de las audiencias en México. Información y libertad de expresión

Rogelio Del Prado Flores

149

RESUMEN

El presente estudio aborda el contexto que enmarca el debate sobre los derechos de las audiencias en México. Se analiza la retórica liberal que sostiene el derecho humano a la libertad de expresión desde las diferentes reformas constitucionales, con el objetivo de contrastar dichos principios y argumentos con el razonamiento de los diferentes organismos internacionales que defiende el derecho a la información. El debate entre libertad de expresión y el derecho a la información nos lleva a analizar el individualismo liberal y el papel que juegan los medios masivos de comunicación en la conformación de enormes comunidades políticas. Este estudio está dividido en tres partes: *I*. Retórica liberal e individualismo, *II*. Sobre la libertad de expresión y el derecho a la información, *III*. Principios de tratados internacionales en del debate liberal sobre libertad de expresión y de derecho a la información.

Palabras clave: Libertad de expresión, derecho a la información, derechos de las audiencias, individualismo, retórica liberal.

ABSTRACT

This paper addresses the context that frames the debate on the rights of audiences in Mexico. The liberal rhetoric that supports the human right to freedom of expression is analyzed from the different constitutional reforms, with the aim of contrasting these principles and arguments with the reasoning of the different international organizations that defend the right to

Fecha de recepción: 1 de septiembre de 2016

Fecha de aceptación: 13 de febrero de 2017

information. The debate between freedom of expression and the right to information, leads us to analyze the liberal individualism and the role played by the mass media in the formation of huge political communities. This study is divided between parts: *I.* Liberal rhetoric and individualism, *II.* On freedom of expression and the right to information, *III.* Principles of international treaties in the liberal debate on freedom of expression and right to information.

Keywords: freedom of expression, right to information, rights of the audience, individualism, liberal rhetoric.

INTRODUCCIÓN

La comunicación se encuentra en el centro de todos los problemas sociales, como señala Jean Baudrillard (2000). Para Peter Sloterdijk, la comunicación masiva conforma un sistema que estructura las comunidades políticas a través del estrés y la excitación (2017, p. 14). Junto con el sistema de crédito y las organizaciones en red, la comunicación masiva configura la teoría de los grandes cuerpos políticos, a partir de la cual se explica la complejidad del cuerpo social. Si no fuera por la costumbre, la idea de una comunidad política compuesta por millones de personas, que denominamos sociedad, resultaría un hecho asombroso. La sociedad sería imposible de existir si no se contara con un sistema de comunicación encargado de mantener unidos en constante tensión a cada uno de los integrantes, que paradójicamente cuida de sí mismo. En efecto, lo sorprendente es que cada individuo se considera un absoluto, vive para sí; sin embargo, con su actuación personal apoya a que la sociedad en cierta medida se sostenga equilibrada entre tensiones contradictorias. La comunicación masiva une el interés individual y la participación social bajo un sistema de tensiones a partir del manejo de emociones, sentimientos y preocupaciones. “La función de los medios en una sociedad *multi-melior* conformada por el estrés consiste en evocar y provocar al colectivo en tanto tal. Presentando propuestas nuevas cada día, para que éste se excite, se indigne, se llene de envidia, se exalte” (Sloterdijk,

2017, p. 15). Los medios cultivan una tensión general sin provocar la ruptura de los lazos sociales, ni la anarquía ni el desorden generalizado; si las cosas se mantienen en un relativo funcionamiento, debemos atribuirlo a una eficaz transmisión de contenidos encargados de mantener a los individuos suficientemente tensos e interesados en el destino común, “si un colectivo se enfurece ante la idea de su propia desaparición, indica que tiene un buen nivel de vitalidad. Hace lo que mejor saben hacer los colectivos sanos: exaltarse” (p. 16).

De acuerdo con Sloterdijk, la función de los medios es mantener a la sociedad estresada y en constante preocupación por las nuevas noticias. Jacques Derrida y Sloterdijk coinciden en señalar que los medios masivos de comunicación provocan un dinamismo social de naturaleza nunca antes vista. Esta visión es complementaria de la expuesta por Louis Althusser, que señala que los medios masivos de comunicación son un aparato ideológico del Estado, cuya misión principal es difundir y reforzar el conjunto de valores y creencias de la clase social en el poder (1980, p. 43); sin negar aquella. Derrida sostiene que los medios son poderes artefactuales, mecanismos que construyen el acontecimiento, que la actualidad está caracterizada por la atención prestada principalmente al devenir noticioso más que, por ejemplo, la revisión histórica o lo que dicta la constitución, o los tratados internacionales (1998, p. 17). Al respecto, Niklas Luhmann sostiene una posición constructivista de las operaciones de los medios de comunicación de masas, al aducir “que los medios se ven obligados a construir realidad y, a decir verdad, a construir una realidad distinta frente a su propia realidad” (2007, p.7). Para Luhmann, el análisis sociológico muestra que los *mass media* proveen *todo* lo que sabemos sobre la sociedad y el mundo.

Ahora bien, para los fines de este estudio no sólo es relevante constatar que lo real es una construcción social y que la opinión pública es manipulada, además de esto, es necesario atender las tensiones producidas en el cuerpo social, que es manejada y sostenida por un tipo particular de cultura mediatizada por la televisión. Se trata de deconstruir la conformación de lo que Lipovetsky denomina cultura de masas, la

cual es un mecanismo de pulverización de los metarrelatos metafísicos. La cultura de masas encierra una paradoja. Para Lipovetsky la cultura de masas si bien es una cultura de consumo, también implica un potencial positivo que abre nuevos escenarios para la democracia, la relación con el cuerpo, las libertades individuales, que otorga mayor grado de autonomía a los individuos, “la sociedad de consumo, por medio del hedonismo ha multiplicado los modelos de vida y las referencias” (Vargas Llosa; Lipovetsky, 2012). Es la paradoja de las libertades, llamada de los antiguos y modernos. Mientras los antiguos piensan que la libertad está en función de la formación auténtica de la comunidad política, los modernos consideran un asunto sagrado las libertades individuales (Cortina, 2001, p.15; Rawls, 2002).

Académicos, intelectuales y algunas asociaciones de padres de familia, consideran que los contenidos –por el estrés y los valores que difunden– los medios deben estar estrictamente regulados por el Estado, de ahí que se hable sobre los derechos de las audiencias. En la actualidad, los derechos de las audiencias son un reclamo constante de la ciudadanía preocupada por los efectos de los contenidos altamente tóxicos. El reconocimiento legal de los derechos de las audiencias es consecuencia de una larga lucha ciudadana que ha exigido contenidos de calidad, objetividad y pluralidad en la información. Esta batalla se da en un contexto de una economía política globalizada en la que destaca el dominio de intereses comerciales de las empresas de medios de comunicación masiva, por encima de la soberanía de los Estados. Por muchos factores, hoy en día los medios se han convertido en actores políticos dominantes, como señala Zygmunt Bauman (2004), los medios diseñan políticas de vida, construyen sentimientos y emociones nacionales, fomentan una particular forma de entender la realidad política de los países. En esto coinciden tanto Derrida, Sloterdijk, Vargas Llosa y Lipovetsky.

Dado que la actualidad está preñada por la confrontación entre el deber de regulación y la defensa de las libertades individuales, el objetivo del presente artículo es analizar el debate entre libertad de expresión y el derecho humano a recibir información objetiva, plural y sustentada

o contrastada. Este objetivo responde a la necesidad de evidenciar los supuestos, los axiomas y las categorías en contradicción y que generan una visión pragmática de los derechos humanos. El conflicto es utilizado por las grandes industrias de los medios para su beneficio económico. La finalidad del estudio es efectuar un doble análisis; por un lado, se examinarán las bases liberales de los axiomas, leyes y principios legales de carácter nacional (México) e internacional sobre el derecho humano a la libertad de expresión, y por otro lado, se interrogará sobre las condiciones de posibilidad de los derechos de las audiencias a recibir información contrastada, plural y de relevancia social, cultural y democrática. Este objetivo responde a la necesidad de mostrar las contradicciones de la retórica liberal que paradójicamente justifican la actuación de las televisoras en México. De tal forma que la pregunta central es: ¿cuáles son las justificaciones legales y retóricas que validan la actuación de las televisoras en México? Responder a esta pregunta permite que los ciudadanos y asociaciones civiles encuentren mejores argumentos para continuar con la defensa de los derechos de las audiencias en México.

153

Este doble análisis corresponde a un tipo de trabajo que Jacques Derrida denominó deconstructivo. La deconstrucción es un gesto político que va más allá de la frontera entre teoría y práctica, que pretende demostrar el encadenamiento de supuestos, prejuicios y de aquellas bases ocultas de todo tipo que hacen que las cosas funcionen en el espacio social, cultural y político. Se trata de evidenciar la retórica pragmática que naturaliza los hechos sociales. Por retórica pragmática se entiende el uso político del discurso. Mientras que un gesto deconstructivo es un acto singular que abre dimensiones espaciales y temporales de la retórica pragmática para dar paso al acontecimiento de lo otro. Como resultado se mostrarán las paradojas de los axiomas de la retórica liberal de individualismo posesivo.

Ahora bien, dada la naturaleza de este gesto discursivo sólo se analizarán las conexiones teóricas que justifican y validan el actuar político evidenciando sus axiomas, de un lado y del otro, de los que demandan por un lado mayor control, una regulación efectiva por parte las ins-

tituciones del Estado, y por otro lado, de las exigencias de una mayor desregulación a favor de las libertades individuales.

Nota. Partimos de la idea de que la democracia puede mantenerse sin la retórica liberal pragmática puesto que, como sostiene Jacques Derrida (2012), la democracia no es un proyecto acabado, por el contrario, la acción ciudadana puede abrir nuevos límites y sugerir otros escenarios de participación política en los países y en el mundo, lo que implicaría una deconstrucción y un ajuste a las libertades a favor de un cosmopolitismo de rostro más humano (Levinas, 1995).

RETÓRICA LIBERAL E INDIVIDUALISMO

Una de las nociones principales de la retórica liberal la constituye el individualismo posesivo. El individualismo es una forma de flexibilizar la convivencia en la sociedad, una manera de relajar la incorporación de personas a una hipercomunidad política (Sloterdijk, 2017). El individualismo tiene una larga herencia conceptual y axiológica. Destaca el *Segundo Tratado sobre el Gobierno Civil* de John Locke; este escrito situado en el siglo XVIII es considerado por Macpherson (2005) como la base conceptual y axiológica del liberalismo político. El argumento principal esgrimido por Locke es que el hombre es dueño de su propia persona, lo que le otorga el derecho a sobrevivir. Este derecho sagrado se transforma en el axioma de la defensa de la propiedad privada y la validación de la introducción del dinero (oro y plata) en un estado prepolítico, en el llamado estado de naturaleza donde aún no existen instituciones políticas, en el cual, por medio de uso de la luz natural de la razón, el individuo puede acumular de forma ilimitada el capital sin un supuesto daño a los demás. Por tanto, el Estado liberal tiene por misión asegurar la vida de los pactantes y el respeto a sus bienes privados, se trata del inicio de un Estado moderno garantista de las libertades individuales. Los ciudadanos de un Estado moderno liberal implícitamente conceden renunciar a hacer justicia por su propia

mano, a cambio de que el Estado se encargue de defender el conjunto de libertades que tienen como base el derecho a sobrevivir y a la defensa de la propiedad privada (Locke, 1999).

El liberalismo nace en Occidente con el afán de defender a los individuos de interferencias ajenas, con la convicción de que el individuo es sagrado para el individuo, de que goza de una inalienable dignidad, en virtud de la cual ostenta unos derechos para cuya protección se crea la comunidad política. Desde esta perspectiva, el individuo es <<anterior>> a la comunidad política, ontológicamente y axiológicamente, de suerte que la comunidad es un instrumento creado para defender los derechos individuales (Cortina, 2001, p. 69).

155

De ahí que puede analizarse la historia del Estado moderno liberal a partir de la racionalidad de instituciones políticas en defensa de los derechos individuales. Para Peter Sloterdijk (2017), en la medida en que cada esfera individual se considera más relevante que la sociedad en su conjunto, paradójicamente se vuelve más maleable para soportar las pesadas cargas que implican la convivencia con millones de esferas individuales. Vivir en una sociedad masificada conlleva pagar el alto precio que implica hacer que las cosas funcionen; es decir, según Zygmunt Bauman, a cada individuo le toca resolver por separado las múltiples contradicciones del sistema, entre ellas, resolver la pobreza, la educación, la incorporación y permanencia al ejército de asalariados (2004).

Desde que se conformaron los Estados modernos, el discurso liberal proclama que el Estado es el garante o el procurador de una serie de derechos, pero con el paso del tiempo el discurso liberal fue apuntalando una segunda axiomática, la idea de una subjetividad ilustrada, autónoma, autosuficiente, capaz de salir por sí misma de la minoría de edad. Kant (1987), y más tarde Hegel (1987), desarrollaron sistemas filosóficos que describen una racionalidad que encaja en el vértice entre el dominio personal y colectivo, esto es, al igual que se puede modelar

racionalmente el espacio privado es posible conformar un espacio social que responda a un orden superior. Kant y Hegel comprendieron que la tarea filosófica consistía en entablar un discurso racionalista que le hablara por igual al ciudadano como al hombre de Estado. Lo que no se dieron cuenta es que los soportes teóricos que diseñaron no serían capaces de sostener una hiperpolítica, una sociedad compuesta por millones de personas que demandan el cumplimiento de las promesas de una sociedad ilustrada.

156

La hiperpolítica se sostiene sobre discursos contradictorios, las tensiones se ven reflejadas en el individuo. La pregunta sobre cómo es posible que la subjetividad moderna soporte tensiones tan demandantes, en parte se responde al analizar el papel que juegan los medios masivos de comunicación. Las tensiones se pueden analizar por los síntomas que provocan, el más generalizado es el estrés, que se manifiesta en la necesidad de una alta dosis de fantasías y de desahogo en el “otro”. La segunda mitad del siglo xx está caracterizada por la teoría de los efectos provocados por los medios masivos de comunicación. Los estudios sobre las gratificaciones indican que los efectos son diferenciados, para conocer los efectos es necesario fragmentar a los receptores; sin embargo, a partir de un enfoque crítico Slavoj Žižek (2008) señala un reflejo generalizado de una intersubjetividad vaciada de sustancia, sólo espejo de las relaciones proyectadas por la pantalla. La ficción proyectada por las múltiples pantallas va cultivando una particular forma de ser, de entender y de relacionarse con el otro y con el mundo. Se trata de lo que Pierre Bourdieu (1997) denomina estructura estructurante, o como los flujos de un rizoma invisible pero efectivo de cierto inconsciente colectivo (Deleuze, 2017). Estas ficciones, estructuras y flujos de un inconsciente colectivo tienen éxito en la medida que reflejan las tensiones que por dos siglos se han acrecentado, que se resumen en la axiomática de que al individuo le toca por cuenta propia resolver las contradicciones de una hipercomunidad política.

Para Sloterdijk la función de los medios masivos de comunicación es generar estrés y desahogar las tensiones acumuladas. La función se

puede demostrar desde los tiempos del antiguo Imperio Romano a partir de la famosa frase del poeta Juvenal: “al pueblo pan y circo”. Žižek señala que la televisión hace lo que al sujeto le toca hacer, se trata de una subjetividad hiperpasiva. Las risas y llantos “enlatados” hacen lo que al espectador corresponde. La subjetividad sólo tiene que conectarse con el medio para que la acción individual quede remplazada por el otro, en este caso, por la televisión. En la medida en que se valore el papel de los medios masivos de comunicación en la vida individual, se puede comprender cómo es que se naturaliza una hiperpolítica. Para Sloterdijk es sorprendente que las sociedades modernas no se sorprendan de su propia magnitud, del exponencial y exuberante proceso de transformación (2017).

157

La evolución del Estado moderno de los siglos XVII y XVIII hasta lo que hoy vemos, debería llenarnos de un tremendo asombro. Lo que el discurso racional pretendía lograr en boca de Kant y Hegel, lo está realizando de manera acelerada la televisión, es decir, hablarle de manera convincente tanto al ciudadano como al hombre de Estado. La hiperpolítica es como la espuma, es la conexión de miles de pequeñas esferas formando parte de una sorprendente masa. Al igual que una burbuja que requiere de aire, la esfera individual recibe el influjo de los medios masivos para permanecer pegada al resto, conformando una masa espumosa. Así, “la espuma tendría que constituirse como ontología política de los espacios interiores animados” (Sloterdijk, 2006, p. 35), donde la tensión anímica de los medios sería lo más frágil, contingente y efímero, pero paradójicamente, el corazón axiomático de la realidad social.

Tercer axioma distinción público/privado. Para el discurso liberal, la esfera individual existe bajo la premisa de la racionalidad de la distinción entre lo público y lo privado. La retórica liberal del siglo XX tiene como soporte una teoría sobre filtros cognitivos de rígida distinción sobre los efectos de los medios masivos de comunicación. Es decir, parte del supuesto de que el ciudadano separa y delibera racionalmente los contenidos masificados. Esta psicología indentifica los contenidos

mediatizados que apuntalan la estructura pública de la democracia, y reconoce los que van dirigidos a las políticas de vida privada. La actual axiomática liberal diseña una política procedimental antimetafísica para justificar la conveniencia política de mantener por separado lo público y lo privado (Rawls, 2002). La retórica liberal considera que la deliberación política sólo se encuentra en el espacio público; por eso, el hombre de Estado permite una doble injerencia de los medios masivos de comunicación. Por un lado, permite la acción de informar sobre la cuestión pública en tanto actores preponderantes; por otro lado, tolera la transmisión de contenidos culturales y de entretenimiento enfocados a la escena privada, suponiendo que no hay conexión entre ambos dominios, que no hay comunicación entre ellos, que no hay contaminación axiomática.

Sin embargo, los filtros conginitivos no operan con una racionalidad ética. Pierre Bourdieu (1997) señala que el modo en que la televisión trasmite los contenidos noticiosos hace que éstos sean políticamente irrelevantes, por lo que la televisión efectúa una violencia simbólica en contra de la democracia. De acuerdo con Bourdieu, lo que se comunica en televisión suele ocupar el lugar de asuntos trascendentes para la vida democrática de los pueblos. La televisión “acaba convirtiéndose en un instrumento que crea una realidad. Vamos cada vez más hacia universos en que el mundo social está descrito-prescrito por la televisión” (1997, p. 28). Pero, esta prescripción de lo real se ajusta al modelo de la retórica liberal, cuya ficción más socorrida es la del individualismo posesivo.

El axioma comercial es la condición de aparición de los hechos noticiosos. Cada vez es más frecuente la aparición de contenidos de entretenimiento cuando se comunican noticias periodísticas. El problema del maridaje entre información noticiosa y el entretenimiento es que se pierde la necesidad de comparar la información, puesto que la audiencia queda aparentemente satisfecha con una dosis de humor; sin embargo, sin contrastes de ideas sobre los hechos noticiosos crea el “efecto de realidad”, cuando en realidad es un artificio. Así, “la lógica comercial

impone una creciente coerción sobre los demás universos (de la sociedad y la cultura). A través de la presión de los índices de audiencia, el peso de la economía se ejerce sobre la televisión” (1997, p. 81).

El efecto de realidad es una transgresión a las condiciones epistémicas de posibilidad del conocimiento de lo real, es similar a la escenificación del simulacro como si tuviera una consistencia en el tiempo y en el espacio. El efecto de realidad es una artefactualidad porque trastoca los ejes de la experiencia subjetiva del conocimiento. En el caso de los medios masivos de comunicación, bajo la bandera de la libertad de expresión, el simulacro, la escenificación de lo real, convive con la experiencia subjetiva, la opinión, y los hechos noticiosos como si tuvieran la misma consistencia. Bajo el dominio de los medios masivos de comunicación, la hipercomunidad política se transforma en una esfera cuya capa superior está conformada por pantallas. La videoesfera es la época donde la libertad de expresión faculta la circulación de la *doxa*, la mentira y la farsa, lo que antes se llamaba demagogia. Para Derrida se trata de una temporalidad artificial construida por el dinamismo de las tecnologías de la transmisión (1998).

159

La construcción de lo real es el producto que mantiene esencialmente unida a la sociedad liberal. Convive el individualismo, el materialismo y el utilitarismo como una familia de valores que unifican los diferentes simulacros para contrarrestar la experiencia de lo real. El hecho noticioso se ve transformado por un encadenamiento de simulacros que tejen las percepciones teñidas por la retórica liberal.

Como se sabe, el tiempo de transmisión en vivo es muy costoso. El tiempo de la transmisión “en vivo” tiende a desaparecer y es sustituido por contenidos frívolos, banales y sin trascendencia (Vargas Llosa, 2012). La pregunta de fondo es: ¿cómo se modifica la comprensión del tiempo una vez que predomina la artefactualidad de lo mismo? ¿Qué efectos trae para la convivencia social el hecho de que el tiempo sea predominantemente una iteración digital de entretenimiento superficial? Desde el punto de vista de la lógica liberal y comercial de la televisión, el tiempo de transmisión es una mercancía de fondo, por

lo tanto, las audiencias son consideradas por éstas como apéndices del capital, lo cual requiere forzosamente la construcción de una hiperpasividad. El objetivo para las empresas de medios es siempre el mismo: ¿cómo atraer la atención del mayor número posible de audiencias? Entonces, ser audiencia es el costo social que implica vivir en la época del *rating*. La circulación de simulacros y de artificios provoca la adicción al entretenimiento, de ahí las patologías sociales como la inmediatez o la transparencia del mundo. Por otro lado, está por verse el tiempo muerto como la otra cara de la hiperpasividad:

160

el tiempo donde no transcurre nada nuevo, donde todo es repetición de lo mismo, donde el encadenamiento acelerado de la producción televisiva conlleva a la inmovilidad histórica lo cual se puede entrever en el momento de que el dolor ajeno, la pobreza y la muerte se convierten en parte del menú del entretenimiento noticioso. Hemos llegado al tiempo en que el mal es un producto de consumo (Del Prado, en prensa).

El peruano premio Nobel de Literatura hace la misma crítica a los contenidos culturales que transmiten los medios masivos de comunicación, pues éstos se caracterizan por ser simples, triviales, superficiales y sin trascendencia. La consecuencia es que se anula la distinción entre alta y baja cultura, es decir, bajo el ideal de democratizar los contenidos masivos, con la intención de llegar a todas las personas, se castiga la calidad de los contenidos. En la actualidad asistimos a un *collage* de contenidos sin que se tenga una serie de criterios que permitan juzgar qué es y qué no es un contenido cultural, artístico y estético. La ausencia de un consenso sobre lo que distingue a la alta cultura de la cultura de masas provoca que el ciudadano se considere a sí mismo, como un sujeto bien informado, culto e intelectual, si consume lo que se oferta a través de los medios masivos de comunicación.

Para Mario Vargas Llosa (2012), el tipo de contenidos culturales que se transmiten por el televisor están bañados por el barniz del espectáculo, con esto se extingue el deseo por la alta cultura que demanda mayor

esfuerzo, concentración, disciplina y dedicación. El campo de la televisión se benefició con el propósito de democratizar la ciencia y la cultura, se concibió a sí misma como el principal agente difusor de ésta. Pero resulta una cuestión a debatir, si el hombre se cultiva, de verdad, a través de los medios masivos de comunicación. Bourdieu sostiene que la violencia simbólica que imprime la televisión sobre la cultura la padecen por igual otras esferas de la vida pública y privada, entre ellas, la educación incluso en las universidades, pues los estudiantes y pedagogos exigen que el conocimiento tenga la misma sencillez de la cultura del espectáculo transmitida por televisión. La televisión contamina de violencia simbólica a otras áreas de la vida social.

La violencia simbólica de los medios masivos de comunicación consiste en que elimina contrapesos. En realidad, la televisión anula los contrapesos sociales, culturales y políticos; al asimilar a sus detractores o al ignorarlos por completo no propicia lugar al diálogo abierto; como señala Bourdieu, los intelectuales que llegan a ser invitados a salir en la pantalla, se autocensuran para seguir siendo invitados. Salir en pantalla implica la cognición del desastre, es decir, acomodarse a las narrativas de la elocuencia y la retórica comercial de la televisión. Un intelectual reconoce como un favor el ser entrevistado por un periodista. Por otro lado, la violencia simbólica de los medios se reconoce porque no hay actores políticos ni movimientos sociales fuertes que se opongan a la televisión, ya que la necesidad de tener suficientes seguidores implica aceptar las condiciones y la lógica comercial que manejan los medios.

El dominio de la retórica liberal de los medios masivos de comunicación conforma lo que Règeis Debray (2001) llama videoesfera. En la época de la videoesfera la televisión es paradigmática en muchos sentidos. La pantalla es eficaz gracias al poder de atracción de la imagen mediatizada. Como su nombre lo indica, la videoesfera es la época donde las imágenes rempazan la experiencia de lo real. La conocida frase de Hegel que dice que todo “lo real es racional y que todo lo racional es real” se puede parafrasear, al decir que todo lo que pasa por la pantalla de la televisión es “real y racional”, si por racional entende-

mos la lógica liberal. Estos excesos chocan en el discurso de las ciencias sociales, pero un dato confirma la violencia simbólica de la televisión: cantidades millonarias se siguen destinando todos los años a la publicidad oficial y de particulares para salir en televisión.

Axioma del *minimax*. Según Debray, la actual videoesfera obedece al imperativo del *minimax*: “el medio que vehicula el máximo de informaciones a un máximo de destinatarios por un coste mínimo y con una molestia mínima (volumen, superficie o duración)” (2001, p. 70). El ciudadano red, mediatizado y cliente de las grandes corporaciones de tecnología de la información, en consecuencia adopta la axiomática de la máxima utilidad. El axioma del *minimax* forma el corazón de la estructura del liberalismo político y económico.

162

El axioma del *minimax* tiene su origen en la teoría del valor del “egoísmo natural” que sirvió de base para explicar las nuevas relaciones mercantiles del siglo XVII. Adam Smith logró construir una base antimetáfrica, secular, empírica y procedimental para el funcionamiento de las sociedades modernas. El liberalismo económico naturaliza el deseo de exaltar los beneficios individuales por encima del cuerpo social. Las industrias de los medios no pueden explicarse sin el consentimiento global. De esta manera, la televisión opera siguiendo la misma lógica del deseo de impactar al mayor número de personas. Pero para acrecentar aún más el axioma del *minimax* necesitó, como veremos, una base legal de operación que le provee el derecho a la libertad de expresión. Como hemos señalado, el poder político de la televisión consiste en imponer criterios para entender la realidad, entre ellos, la lógica mercantil (Bourdieu, 1997, p. 28). El alcance y la penetración que tiene la televisión le permite una dictadura perfecta, en realidad no tiene competencia, pues resulta ser más atractiva, “amigable”, que otros medios como el libro, el periódico y en general, de cualquier otro medio impreso, debido a que no requiere gran esfuerzo mental del espectador. Se puede observar que los otros medios electrónicos copian esta estructura psicológica no disruptiva.

En el siguiente cuadro quedan resumidas las contradicciones de los axiomas de la retórica liberal del individualismo posesivo.

CUADRO I
RETÓRICA LIBERAL INDIVIDUALISMO POSESIVO

AXIOMAS DEL INDIVIDUO	AXIOMAS EMPRESARIALES
Axioma de la santidad de los derechos humanos	1. Axioma Comercial
Axioma de la autonomía individual	Axioma del Minimax
Axioma de distinción público/privado	

FUENTE. Elaboración propia

Los medios masivos de comunicación encarnan uno de los grandes desafíos que los Estados deben enfrentar, debido a que los medios tienen un potente alcance de penetración en las percepciones de los ciudadanos. Como se sabe, las industrias de medios invierten incontables recursos de todo tipo en investigaciones de recepción para consolidar su atractivo y permanencia en la construcción de la opinión pública, en los gustos y las motivaciones sociales. (Del Prado, 2016, p. 13). El discurso liberal sigue funcionando en la medida de que todavía es capaz de conformar subjetividades que apuestan todo por el éxito personal, el sueño de una vida desahogada, aunque sea al final de la vida.

Las industrias de medios masivos están remplazando a los Estados en el diseño de políticas de vida (Bauman, 2004). El mismo Platón señaló que una de las funciones del político es tejer los diferentes temperamentos para construir una urdimbre que resista las tensiones que conlleva vivir junto a personas no pertenecientes a la propia familia. Una de las funciones esenciales del político es controlar los conflictos internos provocados por la pluralidad de temperamentos; sin embargo, son otros actores los que dominan el diseño de las políticas de vida.

Como veremos en el siguiente apartado, los medios masivos de comunicación fundamentan su actuación en la teoría del egoísmo natural y en el derecho a la libertad de expresión, detrás de los cuales se esconde el interés económico y político de las industrias de medios para influir

en la sociedad, construyen una agenda política influyente en el ámbito de las esferas del gobierno, en los partidos políticos y en la sociedad para manejar sus intereses con cierta comodidad.

A continuación, esbozaremos el debate legal sobre el derecho a la información y el derecho humano a la libertad de expresión desde un enfoque que contemple a los llamados derechos de las audiencias. En primer lugar, atenderemos al contexto de discusión en México y posteriormente, revisaremos la retórica internacional sobre dichos temas.

SOBRE LA LIBERTAD DE EXPRESIÓN Y EL DERECHO A LA INFORMACIÓN

En México se debate muy poco sobre el derecho humano a la libertad de expresión y el derecho a la información. Recientemente se inició una Reforma Constitucional en el ámbito de las telecomunicaciones donde se estableció por primera vez el derecho de las audiencias. El 11 de junio del 2013, en el Diario Oficial de la Federación se publicaron modificaciones constitucionales a los artículos 6º y 7º. Es importante recordar que esta reforma es fruto del denominado Pacto por México, que firmaron los partidos políticos y el Gobierno Federal en diciembre del 2012, encabezado por el Presidente de la República, Enrique Peña Nieto. En el llamado Pacto por México se sentaron las bases de las Reformas Constitucionales, entre ellas, la Reforma Energética, la Reforma Educativa y la Reforma en Telecomunicaciones. En materia de telecomunicaciones, los ejes principales fueron: “el fortalecer los derechos fundamentales, tales como, la libertad de expresión y de acceso a la información, ciertos derechos –como veremos más adelante– de los *usuarios* de los servicios de telecomunicaciones y radio difusión” (Presidencia de la República, 2013).

La Reforma en Telecomunicaciones señala que al Instituto Federal en Telecomunicación (IFT) le corresponde vigilar los equilibrios de los tiempos de publicidad que se presentan en radio y televisión, y ga-

rantizar el respeto y cumplimiento de los derechos de las audiencias y también de que “la ley deberá asegurar que la programación dirigida a la población infantil respete los valores a los que se refiere la del artículo 3º de la Constitución.” (Artículo Decimo Primero de los Transitorios). Es muy importante señalar que la Reforma al artículo 6º constitucional ahora sostiene que “las telecomunicaciones son servicios públicos de interés general, por lo que el Estado deberá garantizar que sean prestados en condiciones de competencia, calidad, pluralidad, cobertura universal, interconexión, convergencia, continuidad, acceso libre y sin injerencias arbitrarias” (Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos, 2017).¹

Sobre el tema que en particular se aborda en este estudio, el artículo 6º de la Reforma Constitucional del 2013 existe una ampliación del derecho a la información y al de la libertad de expresión. A la letra dice:

La manifestación de las ideas no será objeto de ninguna inquisición judicial o administrativa, sino en el caso de que ataque a la moral, la vida privada o los derechos de terceros, provoque algún delito, o perturbe el orden público; el derecho de réplica será ejercido en los términos dispuestos por la ley. El derecho a la información será garantizado por el Estado.

Toda persona tiene derecho al libre acceso a información plural y oportuna, así como a buscar, recibir y difundir información e ideas de toda índole por cualquier medio de expresión (Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos, 2017).

En el cruce entre el derecho a la manifestación de las ideas y el derecho al libre acceso a la información, se encuentran los derechos de las audiencias, ocupando una posición paradójica, en el cruce de axiomas

¹ Fracción II del Apartado B del Artículo 6º Constitucional. Cámara de Diputados del H. Congreso de la Unión. Constitución publicada en el Diario Oficial de la Federación el 5 de febrero de 1917. Consultada el 24 de noviembre de 2017, en, http://www.diputados.gob.mx/LeyesBiblio/pdf/1_150917.pdf

opuestos, si nos atenemos a los presupuestos de la retórica liberal. Es importante reconocer que en México las libertades de expresión y de publicidad fueron establecidas y protegidas desde el inicio del derecho constitucional, esto es, acabada la guerra de Independencia en el año 1810. La estructura argumentativa de corte liberal es la base Carta Magna Mexicana como señala Carpizo. Para Jorge Carpizo “el lenguaje empleado en la Constitución Mexicana sobre el derecho a la libertad de expresión y el derecho a la información, está alimentado por tradiciones filosóficas europeas que defienden los derechos de la persona.” (1998, p. 35). La tradición liberal se caracteriza por la defensa de los derechos humanos, para ello, establece con claridad los límites al poder del Estado.

La defensa de la libertad de prensa se puede rastrear desde el siglo XVIII en Europa, el texto paradigmático para la cultura liberal, *¿Qué es la ilustración?* de Emmanuel Kant (1987) señala la distinción entre racionalidad pública y racionalidad privada, que a la postre servirá como sustento de la rígida distinción entre lo público y lo privado. Lo importante es señalar que, para Kant, el derecho a la publicidad es la condición de posibilidad para una sociedad ilustrada. En este sentido, al retomar la cultura ilustrada europea, el artículo 29 de los *Elementos Constitucionales* de 1811, redactados por Ignacio López Rayón, dice: “Habrá absoluta libertad de imprenta en puntos puramente científicos y políticos, con tal que estos últimos observen las miras de ilustrar y no zaherir las legislaciones establecidas” (Cámara de Diputados del Congreso de la Unión, 1985, p. 6).

Para Jorge Carpizo y Ernesto Villanueva, en el periodo de debates políticos y legislativos que van de 1810 hasta el triunfo de la República en 1867, se establecieron las bases para la protección de la libertad de expresión, el derecho a escribir y a publicar (2001, p. 77), lo cual quedó asentado en el artículo 6º de la Constitución de 1857, que dice: “la manifestación de las ideas no puede ser objeto de ninguna inquisición judicial o administrativa, sino en el caso que ataque a la moral, a los derechos de terceros, provoque algún crimen o delito, o perturbe el orden

público” (Cámara de Diputados del Congreso de la Unión, 1985, p. 6). Es de llamar la atención que mientras estuvo vigente la Constitución de 1857, el artículo 6° no sufrió ninguna modificación, incluso la gran Constitución de 1917 sólo reformó una oración, lo cual nos habla de firmeza de las bases liberales y de plena aceptación del derecho a la libertad de expresión y publicidad entre los mexicanos.

Sin embargo, tendrán que transcurrir cerca de 60 años para que el derecho a la información sea garantizado por el Estado. En efecto, el 6 de diciembre de 1977 se publica en el Diario Oficial de la Federación el decreto que modificó el artículo 6°, al establecer que el derecho a la información es una garantía constitucional del Estado, “el derecho a la información será garantizado por el Estado”, con lo cual México se adhiere al conjunto de naciones que adoptan el espíritu de la Declaración Universal de los Derechos del hombre de 1948, donde nace, en realidad, el contexto político internacional que sostiene la garantía fundamental al derecho a la información, previsto por el artículo 19, que establece como garantía fundamental para toda persona, siendo los aspectos más fundamentales, el derecho a atraerse información, el derecho a informar –sin ser molestado por causa de sus opiniones– y el derecho a ser informado. (Villanueva, 2006, p. 65). El siguiente cambio al artículo 6° constitucional se produjo el 20 de julio del año 2007, que incorpora el derecho de acceso a la información pública, con el objetivo de que todo ciudadano mexicano pueda evaluar el desempeño del gobierno (Carpizo y Villanueva, 2001, p. 78).

La última modificación constitucional se produjo, como hemos señalado, a partir de la Reforma en Telecomunicaciones del año 2013, en la cual el constituyente señala en el Artículo 6° apartado B *En materia de radiodifusión y telecomunicaciones*, en la fracción VI, que: “La ley establecerá los derechos de los usuarios de telecomunicaciones, así como los mecanismos para su protección.” El Estado Mexicano establece por primera vez en su historia legal, la necesidad de proteger a las audiencias frente a la influencia que tienen las empresas de radiodifusión. Los Derechos de las audiencias quedaron establecidos en las Leyes Secun-

darias de la Reforma en materia de Telecomunicaciones, publicadas en el diario oficial del 14 de julio del 2014. Señalamos casi la totalidad de los incisos dada su relevancia:

168

Artículo 256. El servicio público de radiodifusión de interés general deberá prestarse en condiciones de competencia y calidad, a efecto de satisfacer los derechos de las audiencias:

I. Recibir contenidos que reflejen el pluralismo ideológico, político, social y cultural y lingüístico de la Nación;

II. Recibir programación que incluya diferentes géneros que respondan a la expresión de la diversidad y pluralidad de ideas y opiniones que fortalezcan la vida democrática de la sociedad;

III. Que se diferencie con claridad la información noticiosa de la opinión de quien la presenta;

IV. Que se aporten elementos para distinguir entre la publicidad y el contenido de un programa;

VI. Ejercer el derecho de réplica, en términos de la ley reglamentaria;

VIII. En la prestación de los servicios de radiodifusión estará prohibida toda discriminación motivada por origen étnico o nacional, el género, la edad, las discapacidades, la condición social, las condiciones de salud, la religión, las opiniones, las preferencias sexuales, el estado civil o cualquier otra que atente contra la dignidad humana;

IX. El respeto de los derechos humanos, el interés superior de la niñez (Ley Federal de Telecomunicaciones y Radiodifusión, 2014).

Al IFT le corresponde emitir las normas que regulen la actuación de los concesionarios en materia de derechos de las audiencias. De acuerdo a las Leyes Secundarias de la Reforma en Telecomunicaciones (2014), los lineamientos que emitiera el IFT deberían garantizar que los concesionarios de uso comercial, público y social cuenten con plena libertad de expresión, libertad programática, libertad editorial y que se evite cualquier tipo de censura previa sobre sus contenidos. Aquí es donde toma relevancia la discusión sobre la confrontación de derechos, en este caso,

entre la libertad de expresión de las radiodifusoras y el derecho humano a recibir información contrastada. Con estas disposiciones, el Estado Mexicano en materia de la radiodifusión mantiene su tradicional papel de garante, de procurador y defensor de los derechos de los denominados concesionarios. Respecto a las audiencias, el artículo 256 de las leyes secundarias queda, por el momento, sin un conjunto de mecanismos legales que aseguren su efectividad. Es importante destacar que dentro de las leyes secundarias falta la promoción de la participación de la ciudadanía en materia de creación de representaciones culturales. La Reforma sólo pretende acotar la actuación de las radiodifusoras; sin embargo, en realidad reafirma el poderío mediático de las empresas de telecomunicaciones, pues sólo se deberá vigilar que los contenidos mediáticos se ajusten a ciertas normas y requerimientos establecidos por el IFT. Este instituto será el encargado de vigilar la calidad técnica de los servicios y la calidad de los contenidos, al atender a los principios rectores de los derechos de las audiencias, entre ellos: Pro persona, universalidad, no discriminación, libre acceso a la información con pluralidad, oportunidad y veracidad, entre otros (IFT, 2016). En efecto, el 21 de diciembre de 2016, tres años después de ser publicada la Reforma en Telecomunicación, el IFT publicó en el Diario Oficial de la Federación los Lineamientos Generales sobre la Defensa de las Audiencias “con ello se pretende dotar de certeza a la vigilancia de las obligaciones en materia de defensa de las audiencias, buscando encontrar un sano equilibrio entre el ejercicio de la libertad de expresión y el derecho a la información, tanto de las audiencias como de concesionarios o programadores” (IFT, 2016).

169

Es importante señalar que los concesionarios se inconformaron ante los Lineamientos del IFT y promovieron una reforma a la Ley Federal de Radio Difusión del 2014. En efecto, el 31 de octubre del 2017 se reformó dicha Ley en la que se deroga un inciso muy importante sobre los Derechos de las audiencias, se derogó el inciso tercero del artículo 256 que establecía: “Que se diferencie con claridad la información noticiosa de la opinión de quien la presenta”. Además, se reformó el párrafo que decía:

Los concesionarios de radiodifusión o de televisión o audio restringidos deberán expedir Códigos de Ética con el objeto de proteger los derechos de las audiencias. Los Códigos de Ética se deberán ajustar a los lineamientos que emita el Instituto, los cuales deberán asegurar el cumplimiento de los derechos de información, de expresión y de recepción de contenidos en términos de lo dispuesto en los artículos 6o. y 7o. de la Constitución. Los lineamientos que emita el Instituto deberán garantizar que los concesionarios de uso comercial, público y social cuenten con plena libertad de expresión, libertad programática, libertad editorial y se evite cualquier tipo de censura previa sobre sus contenidos (Ley Federal de Telecomunicaciones y Radiodifusión, Art. 256, párrafo primero, 2014).

La Reforma del 2017 ya no establece que los Códigos de Ética de los concesionarios se ajusten a los Lineamientos del IFT, que en el 2016 había decretado en los mismos que para proteger los derechos de las audiencias, era necesario ajustarse y no contravenir los derechos contenidos en la Carta Magana, así como en los tratados internacionales y a los mismos Lineamientos:

Los Concesionarios de Radiodifusión y Concesionarios de Televisión o Audio Restringidos deberán expedir Códigos de Ética con el objeto de proteger los derechos de las Audiencias, los cuales deberán ajustarse y no contravenir de forma alguna los principios y derechos contenidos en la Constitución, tratados internacionales, las leyes, los Lineamientos y demás normatividad aplicable, los cuales deberán ser inscritos por el Instituto (Lineamientos Generales sobre la Defensa de las Audiencias, Art. 42, 2016)

En la Reforma del 2017 a la Ley Federal de Radio Difusión se modificó el párrafo en que se estipulaba (2014) que “los Códigos de Ética se deberán ajustar a los lineamientos que emita el Instituto”. El texto reformado (2017) dice que los concesionarios se deberán guiar por el

principio de autorregulación. Y se adicionaron dos párrafos en que se estipula la autorregulación en materia de Códigos de Ética, al eliminar la disposición a ajustarse a tratados internacionales y a los Lineamientos del IFT,

El Código de Ética será emitido libremente por cada concesionario y no estará sujeto a convalidación o a la revisión previa o posterior del Instituto o de otra autoridad, ni a criterios, directrices, lineamientos o cualquier regulación o acto similar del mismo Instituto u otra autoridad (Ley Federal de Telecomunicaciones y Radiodifusión, Art. 256, párrafo segundo, 2017).

171

El 11 de diciembre del 2017, el III Consejo Consultivo emitió una recomendación para efectuar ante la Suprema Corte de Justicia una serie de controversias constitucionales en favor de los derechos de las Audiencias. El IFT alude que la actual reforma (2017) deja en manos de los concesionarios la libertad de crear contenidos sin ningún tipo de regulación, siendo que el IFT es el Instituto encargado de regular y salvaguardar los derechos de las audiencias establecidos en el artículo 6° de la Constitución Mexicana, “el artículo 6° constitucional reconoce los derechos de los usuarios de los servicios públicos de telecomunicaciones y los derechos de las audiencias de servicios públicos de radiodifusión. La institución garante de estos derechos es el IFT, con base en lo establecido en el artículo 28 constitucional” (III Consejo Consultivo del IFT, 2017).

Sin embargo, el 18 de diciembre del 2017, el IFT resolvió por una votación de cuatro votos contra tres no interponer una controversia constitucional ante la Suprema Corte de Justicia de la Nación (SCJN). Según Gabriel Sosa Plata hubo un cálculo político de parte de los comisionados del IFT:

los comisionados prefirieron mantener una buena relación con las fuerzas políticas que controlan el poder legislativo y paralelamente no abrir de nueva cuenta un flanco de confrontación con algunos regulados

a los que no les gusta que el Instituto intervenga en un conjunto de derechos que afectan sus intereses. Además, bajo ese cálculo político, el desgaste de una controversia sería mayor que la reacción de las instituciones, organizaciones o personas que apoyan los derechos de las audiencias. (2017, párrafo tercero).

172

Como sostiene Sosa Plata, afortunadamente 47 senadores de la oposición ya presentaron una acción de inconstitucionalidad ante la SCJN, la cual ya aceptó tal alegato jurídico (Redacción AN, 2017). Ahora bien, por muchas razones la Reforma de Telecomunicaciones del 2014 es relevante porque abre a la defensa de la libertad de prensa, dado que históricamente la prensa en México ha sido libre pero no ha usado su libertad de publicidad en autonomía y autodeterminación con responsabilidad social, por el contrario, “es una prensa estridente, escandalosa, intensamente política, beligerantes hasta el insulto, agresivamente partidista y, a la vez, superficial, irresponsable y a fin de cuentas irrelevante, [...] irrelevante para todo, salvo el pequeño negocio del ruido: amagar, insinuar, extorsionar” (Escalante, 2013, p. 27).

La libertad de prensa se enmarca en un contexto de discusión global desde décadas atrás, aunque su defensa tiene por los menos dos siglos de discusión. (Habermas, 2011). Es importante recordar que la estructura liberal que fundamenta los derechos humanos no está ligada necesariamente con el proyecto democrático, como sostiene Norberto Bobbio, la democracia moderna puede concretarse a través de diferentes formas de entender al Estado (1989).

Un estado liberal no es por fuerza democrático: más aún, históricamente se realiza en sociedades en las cuales la participación en el gobierno está muy restringida, limitada a las clases pudientes. Un gobierno democrático no genera forzosamente un Estado liberal: incluso, el Estado liberal clásico hoy está en crisis por el avance progresivo de la democratización, producto de la ampliación gradual del sufragio hasta llegar al sufragio universal” (Bobbio, 1989, p. 7).

En el siguiente cuadro se sintetizan las paradojas de la retórica liberal en materia de defensa de los derechos de las audiencias.

CUADRO 2
RETÓRICA LIBERAL DE LOS ESTADOS MODERNOS

Derechos consagrados en la Constitución	Organismo del Estado IFT
Derecho a la libertad de expresión	1. Axioma Defensa de las Audiencias
Derecho a la Información	2. Axioma del Cálculo Político
Derechos de las Audiencias	3. Incapacidad Legal de sancionar a los concesionarios de Radiotelevisión

173

FUENTE. Elaboración propia

Ahora toca analizar el derrotero que ha tomado la retórica internacional sobre el debate entre libertad de expresión y el derecho a la información.

PRINCIPIOS DE TRATADOS INTERNACIONALES EN EL DEBATE LIBERAL SOBRE LIBERTAD DE EXPRESIÓN Y DE DERECHO A LA INFORMACIÓN

Una estrategia esencial del liberalismo político es crear instituciones que respalden y protejan los derechos humanos. A nivel internacional encontramos formulaciones sobre los derechos humanos, que los países pueden elegir aceptar, vincularse y comprometerse a respetar los lineamientos estipulados. Así se han establecido una serie importante de convenios internacionales promotores de los derechos humanos. En este sentido, el Pacto Internacional de Derechos Civiles y Políticos de 1966, señala en el párrafo primero del artículo 19, que “nadie podrá ser molestado a causa de sus opiniones.” En el párrafo 2 indica que “toda persona tiene derecho a la libertad de expresión; este derecho comprende la libertad de buscar, recibir y difundir informaciones e ideas de toda índole, sin consideración de fronteras, ya sea oralmente, por escrito o

en forma impresa o artística, o por cualquier otro procedimiento de su elección.” Como se puede advertir el derecho a la libertad de expresión y el derecho a la información comprende un binomio inseparable. Su paradoja es natural. Para poder hacer un uso efectivo de la libertad de expresión es preciso informarse sin restricciones. Esto conllevaría una responsabilidad del sujeto ilustrado, que de cara a la multiplicidad de fuentes de información, de acceso a saberes distintos, tendría la prudencia para emitir sus ideas. La ética estaría implícita en su ejercicio. Las responsabilidades de la libertad de expresión entrañan restricciones especiales, por ejemplo:

174

El ejercicio del derecho previsto en el párrafo 2 de este artículo entraña deberes y responsabilidades especiales.

- a) Asegurar el respeto a los derechos o a la reputación de los demás.
- b) La protección de la seguridad nacional, el orden público o la salud o la moral públicas (Pacto Internacional de Derechos Civiles y Políticos, 1966).

El debate está en si es el Estado moderno el responsable de formular las políticas de vida, es decir, si debe dictar el sentido de las libertades individuales, o, por el contrario, si la interpretación de las libertades individuales no debe estar condicionada por ningún factor externo a la subjetividad. El Pacto Internacional establece que el Estado debe poner restricciones a la libertad de expresión, con el objetivo de asegurar el respeto a los derechos individuales de otros y la protección de la seguridad nacional. Bajo el marco de Pacto Internacional de Derechos Civiles y Políticos de 1966, el derecho de prensa y el derecho a libertad de expresión están sujetos a ordenamientos legales que constriñen, más no manipulan, la difusión masiva de las ideas.

En el caso de que se piense de que los derechos humanos son atributos esenciales, o atribuibles a instituciones, organizaciones u empresas, el Convenio Europeo para la protección de los Derechos Humanos y de las Libertades Fundamentales de 1950, en el párrafo 1º de su artículo

10º, sostiene que el Estado debe someter a las empresas de radiodifusión a régimen de autorización:

Toda persona tiene derecho a la libertad de expresión. Este derecho comprende la libertad de opinión y la libertad de recibir o de comunicar informaciones o ideas sin que pueda haber injerencia de autoridades públicas y sin consideración de fronteras. El presente artículo no impide que los Estados sometan a las empresas de radiodifusión, de cinematografía o de televisión a un régimen de autorización previa.

2. El ejercicio de estas libertades, que entrañan deberes y responsabilidades, podrá ser sometido a ciertas formalidades, condiciones, restricciones o sanciones, previstas por la ley, que constituyan medidas necesarias, en una sociedad democrática, para la seguridad nacional, la integridad territorial o la seguridad pública, la defensa del orden y la prevención del delito, la protección de la salud o de la moral, la protección de la reputación o de los derechos ajenos, para impedir la divulgación de informaciones confidenciales o para garantizar la autoridad y la imparcialidad del poder judicial (Convenio Europeo de Derechos Humanos, 1950).

175

El Convenio Europeo establece con claridad que ningún actor puede poseer mayor grado de libertad que el mismo Estado, nadie puede estar por encima, ni poseer mayor autonomía que el propio Estado. Las empresas de radiodifusión son actores que deben someterse a la interpretación que el Estado determine sobre uso de las libertades, incluida la libertad de expresión. Este papel no queda claro en la Declaración Universal de los Derechos Humanos, puesto que en el artículo 29 no se especifica a detalle cuáles deberían ser los límites a las libertades de prensa y de opinión establecidos en la misma Declaración Universal.²

² Declaración Universal de los Derechos Humanos, en, <http://www.un.org/es/universal-declaration-human-rights/>, consultado el 22 de noviembre de 2017.

Para finalizar es importante señalar que el 16 de diciembre de 1998, la Suprema Corte de Justicia de la Nación reconoció la competencia contenciosa de la Corte Interamericana de Derechos Humanos, lo que obliga a que los artículos 6º y 7º Constitucionales de México sean entendidos acorde con las corrientes del pensamiento de los derechos humanos contenidos en los ordenamientos internacionales antes mencionados y en la jurisprudencia que se deriva de ellos. Esto conlleva a que, en México, el derecho a la información no puede ser entendido y defendido únicamente a través de las normas expedidas por el Congreso, sino que tendrá que ser aplicado a través de la interpretación de los ordenamientos internacionales que México ha firmado (García, 1999).

176

CONCLUSIONES

La problemática entre el derecho a la información y la libertad de expresión no tiene una solución racional desde la lógica liberal. Es necesario moverse a otros escenarios de interpretación para poder deconstruir los principios que defienden al individualismo posesivo que constituye el principal referente de este tipo de sistema. Esto implicaría entender el disenso desde otro enfoque. Habría que reflexionar los derechos humanos desde el humanismo clásico, al poner la búsqueda de la verdad en el mismo plano que la realización de una buena vida común. Este horizonte de rostro más humano, nos llevaría a entender que la búsqueda de la verdad tiene como objetivo lograr una sociedad abierta a un porvenir diferente, mejor, más justo. Lo político se entendería como cuidado de sí y del otro. El disenso en política no consistiría en privilegiar el principio del individualismo posesivo, sino de entender que la crítica está en función de transformar pacíficamente las instituciones para lograr la máxima que reconoce que la educación universal es el camino para el desarrollo. Los actores de los medios de comunicación masiva tienen una responsabilidad en la formación de la sociedad. La televisión forma. La educación centrada en el humanismo clásico consideraría que el conjunto de liberta-

des debe estar acotado a la esfera del bien común. Es necesario contar un conjunto de criterios culturales para considerar que la libertad de pensamiento requiere de paciencia, tiempo de reflexión, de largas y profundas disertaciones, y se vería con claridad que los axiomas que justifican y dinamizan el bien común deben ser el contra peso a la retórica liberal que considera a las audiencias como mercancías, que buscan privilegiar el éxtasis del entretenimiento social, la desindividualización, el olvido de sí mismo, a costa de trivializar la cultura (Vargas Llosa, 2012, p. 39).

REFERENCIAS

177

- Althusser, L. (1980). *Materialismo histórico y materialismo dialéctico*. México: Ediciones Pasado y Presente.
- Baudrillard, J. (2000). *Pantalla total*. Barcelona: Anagrama.
- Bauman, Z. (2004). *Sociedad sitiada*. Argentina: Fondo de Cultura Económica.
- Bobbio, N. (1989). *Liberalismo y democracia*. México: Fondo de Cultura Económica.
- Bourdieu, P. (1997). *Sobre la televisión*. Barcelona: Anagrama.
- Carpizo, J. (1998). *Derechos humanos y ombudsman*. México: Porrúa.
- Carpizo, J; Villanueva, E, (2001). El derecho a la información. propuestas de algunos elementos para su regulación en México. En Valdés, D., Gutiérrez, R., *Derechos Humanos. Memorias del IV Congreso de Derechos Constitucional III*, México: Universidad Nacional Autónoma de México.
- Corra, J. (2000). Los partidos políticos y el derecho a la información. En Villanueva, E. *Hacia un nuevo derecho de la información*. México: Universidad Iberoamericana, Fundación Konrad Adenaur.
- Cortina, A. (2001). *Alianza y contrato*. Madrid: Editorial Trotta.
- Debray, R. (2001). *Introducción a la mediología*. Barcelona: Paidós.
- Deleuze, G. (2017). *Derrames entre el capitalismo y la esquizofrenia*. Buenos Aires: Cactus.

- Del Prado, R. (Coord.) (2016). *Ética y los derechos de las audiencias*. México, Universidad Anáhuac México: Editorial Limusa.
- Del Prado, R. (en prensa). Los derechos de la audiencia: una mirada deconstructiva a los principios de actuación de televisoras en América Latina.
- Derrida, J. (1998). *Ecografías de la televisión*. Buenos Aires: Eudeba, Universidad de Buenos Aires.
- Derrida, J. (2012). *Política y amistad. Entrevistas con Michael Sprinter sobre Marx y Althusser*. Buenos Aires: Ediciones Nueva Visión.
- Escalante, F. (Agosto, 2013). Bartleby en la redacción. México: *Revista NEXOS*, Año 36, XXXV (428).
- García, S. (1999). Admisión de la competencia contenciosa de la Corte Internacional de Derechos Humanos. El caso México. En: Fix-Zamudio, H. (coord.), *México y las declaraciones de derechos humanos*, México: Corte Internacional de Derechos Humanos, Universidad Nacional Autónoma de México.
- Habermas, J. (2011). *Historia y crítica de la opinión pública. La transformación estructural de la vida pública*. Barcelona: Editorial Gustavo Gil.
- Hegel, G. (1987). *Fenomenología del espíritu*. México: Fondo de Cultura Económica.
- Kant, I. (1987). *Filosofía de la historia*. México: Fondo de Cultura Económica.
- Levinas, E. (1995). *Totalidad e Infinito. Ensayo sobre la exterioridad*. Salamanca: Editorial Sígueme.
- Locke, J. (1999). *Segundo Tratado sobre el Gobierno Civil*. Madrid: Biblioteca Nueva.
- Luhmann, N. (2007). *La realidad de los medios de masas*. Barcelona: Anthropos en coed. Universidad Iberoamericana.
- Macpherson, C.B. (2005). *La teoría política del individualismo posesivo: de Hobbes a Locke*. Madrid: Totta.
- Rawls, J. (2002). *La justicia como equidad. Una reformulación*. Barcelona: Editorial Paidós.

- Sloterdijk, P. (200). *Normas para el parque humano*. Barcelona: Siruela.
- Sloterdijk, P. (2017). *Estrés y libertad*. Buenos Aires: Ediciones Godot.
- Sosa, G. (2017). El IFT y su decisión política. En *Sin Embargo, Periodismo digital con rigor*. Recuperado de <http://www.sinembargo.mx/19-12-2017/3364662>.
- Vargas Llosa, M. (2012). *La civilización del espectáculo*. México: Al-faguara.
- Vargas Llosa, M; Lipovetsky, G. (2012). ¿Alta cultura o cultura de masas? En *Letras Libres*. Recuperado de <http://www.letraslibres.com/mexico-espana/alta-cultura-o-cultura-masas>
- Villanueva, E. (2006). *Derecho de Información*. México: Miguel Ángel Porrúa.
- Žižek, S. (2008). *Cómo leer a Lacan*. Buenos Aires: Paidós.

Otras Referencias

- Cámara de Diputados del Congreso de la Unión, LII Legislatura, 1985, *Derechos del pueblo mexicano. Antecedentes, origen y evolución del artículo constitucional*, t. II, México.
- http://www.diputados.gob.mx/LeyesBiblio/pdf/LFTR_311017.pdf
- <http://www5.diputados.gob.mx/index.php/esl/Comunicacion/Agencia-de-Noticias/2017/04-Abril/27/6819-Aprueba-Camara-de-Diputados-reformas-a-la-Ley-Federal-de-Telecomunicaciones-y-Radiodifusion-en-materia-de-derecho-de-audiencias>
- <http://www5.diputados.gob.mx/index.php/esl/Comunicacion/Boletines/2017/Abril/27/3570-Avalan-diputados-reformas-a-la-Ley-Federal-de-Telecomunicaciones-y-Radiodifusion-en-materia-de-derechos-de-audiencias>
- Consejo Consultivo del IFT
- <http://consejoconsultivo.ift.org.mx/popiniones.php>

<http://consejoconsultivo.ift.org.mx/docs/recomendaciones/2017/Recomendacion-Controversia-Constitucional.pdf>

Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos, Cámara de Diputados del H. Congreso de la Unión. Constitución publicada en el Diario Oficial de la Federación el 5 de febrero de 1917. http://www.diputados.gob.mx/LeyesBiblio/pdf/1_150917.pdf.

Convenio Europeo de Derechos Humanos. http://www.echr.coe.int/Documents/Convention_SPA.pdf

Declaración Universal de los Derechos Humanos, En <http://www.un.org/es/universal-declaration-human-rights/>

180

Ley de Telecomunicaciones y Radiodifusión, 2014. http://www.dof.gob.mx/nota_detalle.php?codigo=5352323&fecha=14/07/2014

Pacto Internacional de Derechos Civiles y Políticos de 1966. <http://www.ohchr.org/SP/ProfessionalInterest/Pages/CCPR.aspx>

Instituto Federal Telecomunicaciones, Lineamientos Generales sobre la Defensa de las Audiencias, 2016.

http://www.ift.org.mx/sites/default/files/comunicacion-y-medios/comunicados-ift/comunicadoift-14001122016_3.pdf

Presidencia de la República, Página electrónica oficial, 10 de junio de 2013.

Redacción AN, (2017). Presentan 47 senadores acción de inconstitucionalidad contra reforma sobre derechos de las audiencias. En *Aristegui Noticias*, 30 de noviembre del 2017,

<https://aristeguinoticias.com/3011/mexico/presentan-47-senadores-accion-de-inconstitucionalidad-contra-reforma-sobre-derechos-de-las-audiencias/>

Dispositivos, conversaciones y referencias. La tradición semiótico-discursiva en los estudios de la comunicación

Tanius Karam Cárdenas

181

RESUMEN

Este es un trabajo exploratorio que a partir de la revisión sobre la base de datos CCDOC de Raúl Fuentes Navarro, propone hipótesis de trabajo para explicar algunas características de la tradición semiótica-lingüística-discursiva en los estudios académicos mexicanos de la comunicación; para ello, aparte de un contexto y explicación previa, la presentación general de la metodología, se presenta el trabajo general sobre dos recursos: el comentario sobre el estado de la tradición en cuestión dentro de algunos manuales de comunicación; comentario sobre algunos libros básicos fundamentales de la fuente, de acuerdo al trabajo del grupo “hacia una comunicología posible”, y el comentario a partir de la revisión de algunas entradas en la base CCDOC de palabras y autores claves para dicha tradición de pensamiento. La última parte del texto resume ocho líneas de discusión que proponemos como punto de convergencia y espacio de condensación para un debate entre las ciencias del lenguaje, los estudios semiótico-discursivos y los estudios de comunicación.

Palabras claves: ciencias del lenguaje, semiótica, campo académico, metateoría, bases de datos.

ABSTRACT

This is an exploratory work that, based on a review of the CCDOC database by Raúl Fuentes Navarro, proposes working hypotheses to explain some characteristics of the semiotic-linguistic-discursive tradition in the

Fecha de recepción: 1 de septiembre de 2016

Fecha de aceptación: 13 de febrero de 2017

Mexican academic studies of communication; for this, apart from a prior context and explanation, the general presentation of the methodology, the general work on two resources is presented: the commentary on the state of the tradition in question within some communication manuals; comment on some fundamental basic books of the source, according to the work of the group “towards a possible communicology”, and comments based on the analyzes of some data entries at CCDOC about basic words and key authors at semiotic-discursive tradition. The last part of the text summarizes eight lines of discussion that we propose as a point of convergence and condensation space for a debate between language sciences, semiotic-discursive studies and communication studies.

Key words: language sciences, semiotic, academic field, metatheory, data bases.

182

ANTECEDENTES Y JUSTIFICACIONES

Hace poco menos de 15 años comenzamos el ejercicio de establecer de manera más explícita los vínculos reales y posibles entre lo que se conocía como “fuente semiótica-lingüística”¹ del pensamiento

¹ Es necesario aclarar el significado de este término que aparece en esta expresión también resumida como “semio-lingüística” y que corresponde a dos etapas del grupo HCO (ver nota siguiente), en un inicio abordaba las dos fuentes (la semiótica y la lingüística) dentro de lo que suponía una hipótesis de relación entre ambas en el pensamiento de la comunicación, luego el propio desarrollo de HCO hizo que una persona se hiciera cargo de la semiótica y otra de la lingüística, lo que facilitó el desarrollo más extenso de ambas, con diversas derivaciones, no necesariamente encontramos en la semiótica estructuralista francesa. Ambas fuentes se abrieron.

Entendemos por este nombre en realidad no sólo la fuente sino las tradiciones de estudios del discurso, estudio del lenguaje, estudios de la semiología y la semiótica aplicada a la comunicación. La raíz (*semeion*) quedó integrada a dos tradiciones distintas (incluso otras más) entre sí y que pueden ser leídas de manera diferente: la francófona de corte estructuralista y con fuerte impronta lingüística que de alguna manera fue superada después; y la anglosajona, más filosófica y con derivaciones a áreas muy distintas que mantienen cierta consistencia. El nombre “fuentes semio-lingüística de manera quizá un poco pretenciosa quisiera abarcar este abanico en torno a las distintas tradiciones semiológico-semióticas y al desarrollo de la lingüística. En este periplo por supuesto que la semiología y la lingüística se encuentran, o es posible una reflexión

comunicacional de acuerdo al programa impulsado por Jesús Galindo *et al* (2008) y el grupo de trabajo (Hacia Una Comunicología Posible, a partir de ahora HCP) que por entonces estaba desarrollando esa tarea de reflexión², la cual si bien parecía algo básico entre académicos, investigadores y sobre todo profesores de teorías de comunicación, en realidad los trabajos existente eran pocos y aislados. Por lo general, lo que existe son reflexiones filosóficas, agrupaciones biblio-hemerográficas, pero en pocos casos con una pretensión analítica y metateórica. La idea de HCP era básica y compleja al mismo tiempo: estudiar las características del pensamiento comunicativo y de la evolución de todas las fuentes histórico-científicas de la comunicación, entre ellas la tradición semiótica y lingüística.

183

En este trabajo que retoma algo de lo hecho, pero intenta dar un paso adelante. Regresamos a la base de datos CDOC coordi-

semiótica de la lengua, pero supone un punto del archipiélago (si se nos permite la metáfora) y no todo el archipiélago. Si bien a lo largo del texto creemos dar cuenta de una parte del archipiélago, es importante tomar en cuenta esa idea amplia, diversa más que de una “fuente científica” (nombre originalmente usado por HCP), de una tradición o una serie de ellas interrelacionadas y con algunas aplicaciones homogéneas en la comunicación académica.

² Este grupo se conocía como “hacia una comunicología posible” (HCP) y estaba formado por varios profesores de teorías de comunicación. Probablemente la explicación más clara sea la que hace el promotor Jesús Galindo (2005) con respecto a la posibilidad de fundar una “ciencia de la comunicación” (lo que él llama desde una perspectiva sistémica constructiva) “comunicología. El nombre también intenta recuperar los esfuerzos del bibliófilo hispano-mexicano Eulalio Ferrer (1921-2009), quien promovió la inserción del concepto “comunicología” en el Diccionario de la RAE, y él mismo hizo una gran labor por articular la comunicación básica y aplicada. El grupo HCP generó un esfuerzo interesante dentro de teorías de comunicación, y publicaron varios trabajos desde 2005 (*Cf.* Galindo J., Karam T., Rizo, M., 2005) hasta el citado de 2008, que constituyó el esfuerzo más articulador de su propuesta por reinterpretar la historia de las ideas en comunicación, los fundamentos de las teorías de la comunicación dentro del campo académico y desde ahí —lo que el grupo ya no desarrolló— la posibilidad de dar más sólida fundamentación a una Ciencia de la Comunicación desde una perspectiva sistémica constructivista, en lo que, particularmente, J. Galindo estuvo empeñado.

nado por Raúl Fuentes Navarro³, líder indiscutible en la reflexión biblio-hemerográfica de la comunicación y cronista del campo académico en América Latina. Sin embargo, nuestro trabajo quiere organizar las Conversaciones, los Núcleos de Condensación de lo que hemos llamado con HCP “fuente semio-lingüística” (en su forma más abreviada) a partir de lo que señalamos como cinco dispositivos de enunciación, de los cuales sólo describimos, un poco más, tres de ellos.

184

Ya en otros trabajos hemos considerado la relativa subutilización que el campo ha hecho del pensamiento clásico de las fuentes semiótica y lingüística. Uno de los problemas ha sido cierto didactismo, sobre todo en los pregrados que intentan aterrizar a preocupaciones específicas, concretas y prácticas que, por lo general, le gustan a la comunicación. El efecto frecuente es la confusión, cruce de ideas y la poca precisión que luego se traduce en tesis, artículos académicos o ensayos de divulgación. Creemos que para revertir algunas consecuencias en la enseñanza-aprendizaje de las teorías de comunicación es necesario desarrollar métodos que arrojen luz no tanto en las teorías en sí, o las más actuales, sino en el diálogo, cruces y relaciones que hay entre teorías, fuentes y tradiciones del pensamiento que se consideran pertinente de algún modo en cualquier modelo profesional del comunicador-comunicólogo (pregrado o postgrado). Es cierto que quizá el destinatario de este esfuerzo no sea el estudiante de los primeros años, sino el profesor o investigador, sobre todo si se especializa en la investigación teórica y básica del conocimiento en comunicación. Si hace 20 o 30 años este

³ Esta es una base promovida por Raúl Fuentes Navarro desde su institución (ITESO), y que a lo largo del texto referiremos en muchas ocasiones. La base se puede consultar en <http://ccdoc.iteso.mx/acervo/cat.aspx?cmn=about>. Esta base de datos tiene 7273, y una buena parte con los textos disponibles. Si bien no recibe la mejor alimentación, actualización, y presenta problemas en su organización y estructuración (por ejemplo, los descriptores que usa, los criterios para incluir unas revistas sí y otras no, la prevalencia de materiales impresos sobre digitales, entre otros rasgos) no permite darle un valor total al fruto de su búsqueda, pero es la mejor herramienta exploratoria que tenemos para la indagación que en este texto pretendemos y su esfuerzo a todas luces tiene que ser reconocido, como algo de hecho que no abunda en los países de la región.

trabajo era una rareza hoy podemos encontrar diversos esfuerzos de sistematización y agrupación metateórica como Robert Craig (1993, 1999, 2008), Carlos Vidales (2013b), Leonarda Jiménez (2007), Jesús Galindo (2008b) y que nos han ayudado a caracterizar el llamado “campo de la comunicación” como un espacio particular de recepción informativa.⁴

Nuestra intención así se mueve a nivel más amplio en una preocupación metateórica⁵ que no sólo haga historia de las ideas semióticas y discursivas en comunicación, sino que pueda problematizarlas y estudiar algo de su trayectoria y uso entre los académicos con la idea de que las conversaciones teóricas se puedan aclarar, precisar. Hemos sostenido la importancia de la metateoría como una herramienta para conocer las teorías, sus desarrollos, sus relaciones y usos, así como someter internamente a cada cuerpo explicativo a un sondeo que permita verlo no sólo en su carácter instrumental (“una teoría que me sirve para aplicarla a algo”) sino y sobre todo, como un objeto en sí mismo porque es una herramienta para conocer las características de las conversaciones y el análisis relacional de los paradigmas existentes para conocer, comprender y explicar los problemas comunicativos.

185

⁴ Se puede ver León Gerardo Biblio-hemerografía del campo académico de la comunicación en México: un balance a diez años de su producción. En Chávez L. y Karam T. (2008). *El campo académico de la comunicación. Una mirada reflexiva y práctica*. México. PRAXIS. En este artículo presenta el conjunto de estudios y León realiza un análisis básico de ese índice sobre este objeto.

⁵ Para S. Littlejohn y K.Foss (2009, pp. 657-658) la Metateoría es teoría sobre teoría; de alguna manera cada teoría se basa en presupuestos sobre la naturaleza de la teoría y sobre algunos aspectos del fenómeno un objeto teorizado. Con frecuencia dichas asunciones están implicadas, y no se encuentran articuladas explícitamente con la teoría en cuestión. En ese sentido el propósito de la Metateoría es hacer explícita la articulación y hacer un ejercicio crítico de esos supuestos metateóricos que subyacen a las teorías y articulan los principios de la normatividad en la creación y juicios teóricos. La Metateoría atiende preguntas tales como qué es la teoría, cuál es el propósito, cómo se construiría dicha teoría, cómo podría ser examinada y criticada, y bajo qué criterios. La Metateoría quiere responder estas preguntas, lo que de alguna forma implica responder algo acerca de la naturaleza de la comunicación, así como de sus preguntas y de su conocimiento en general.

DE LA LINGÜÍSTICA A LOS ESTUDIOS SEMIÓTICO-DISCURSIVOS

Lo que llamamos “Fuente Semio-Lingüística” fue una distinción dada en HCP, pero en realidad ello significa la presencia de distintas tradiciones que van de la lingüística a las ciencias del lenguaje, de la semiología a los estudios semióticos, de la semiótica lingüística y narrativa a la semiótica multimodal, por señalar sólo algunos ejes. De hecho, aun cuando respecto el nombre dado por HCP, parece más claro concebir esta “fuente” como tradiciones que dialogan, como sistemas de conversación de los cuales la comunicación académica ha tomado una pequeña parte.

186

Concedemos a la lingüística una parte importante, no único, porque de hecho lo tuvo en la historia contemporánea de la Fuente Semio-Lingüística en Comunicación que es también resultado de ese pan-lingüismo que impactó a las humanidades y ciencias sociales en los sesenta y setenta. En su historia, la lingüística avanzó al reconocer rasgos comunes en lenguas históricamente diversas, y sacar leyes de funcionamiento pasó de la lingüística histórica del siglo XIX a la estructural del siglo XX en el que la obra de Ferdinand de Saussure⁶, acaso el lingüista más conocido en los cursos de pregrado o licenciatura de nuestras escuelas de comunicación y que aparece de hecho en libros que hacen resúmenes de manuales de teorías de comunicación, es fundamental. El segundo lugar en el reconocimiento de lingüistas quizá sea el ruso Roman Jakobson⁷, multicitado por su “modelo” de comunicación donde se identifican las funciones comunicativas.

Haidar (2006) ha explicado cómo la lingüística ya no es esa ciencia rígida y desde hace décadas se ha abierto a áreas interdisciplinarias

⁶ Nos referimos al clásico Saussure, F. (1985) *Curso de Lingüística General*, México: Origen-Planeta, (Colec. Obras maestras del pensamiento contemporáneo Núm. 12) [1917]

⁷ En la base CCDOC, Jakobson solamente aparece en tres trabajos referidos dentro del abstract. De las tres entradas quizá la más interesante sea la tesis de maestría de Josefina Romero quien hace algo muy frecuente en los estudios comunicativos: aplicar las funciones de Jakobson, en este caso aplicado a los códigos de la fotografía.

(psico-lingüística, socio-lingüística) y transdisciplinarias, como el caso del análisis del discurso como lo ha explicado. De hecho, es frecuente en lugar de “Lingüística”, mejor apelar a la idea de “Ciencias del Lenguaje (a partir de ahora CCL) donde podemos ubicar a la *Fonología*, la *Morfología*, la *Sintaxis* y la *Semántica*; en un segundo subgrupo cabrían la *Pragmática*, la *Lexicología*, la *Sociolingüística* y la *Psico-lingüística*. Lugar especial (sobre todo lo que van a significar como desarrollo para el estudio de los medios) tienen la *semiótica-semiología*, la *filosofía del lenguaje*, el *análisis del discurso* (o *estudios del discurso*) y los *estudios literarios*. A esta agrupación podemos también proponer no sólo el diálogo entre las CCL los Estudios de Comunicación⁸, sino también de éstos con los Estudios Semióticos y Discursivos, como el marco de encuentro, debate y diálogo; la noción “estudios” de tradición anglosajona, parece la más abierta y amplia, y no incorpora la discusión de su cientificidad. La relación, por su parte, entre CCL y Estudios del Discurso (ED) ya que de alguna manera es la tradición fundante desde donde se pone en contacto con otras áreas de estudio. Estos ED siguen renovándose en nuevos abordajes como los Estudios Críticos del Discurso (o análisis crítico del discurso) encabezados por Teunn Van Dijk, Ruth Wodak y Norman Fairclough, o bien ahora en reto de integrar nuevos conceptos y metodologías para el estudio de las mediaciones tecnológicas, en sus fenómenos lingüísticos, textuales, materiales y comunicativos como, por ejemplo, lo realizan Ana Mancera Olvera y Ana Pano⁹ o Francisco Yus con su famoso manual *Ciberpragmática*. No hace falta ser muy avezado para reconocer que parecen ser los objetivos derivados, el futuro inmediato del encuentro se articula entre los nuevos medios y

⁸ Se han escrito varios textos sobre la nominación de la carrera de comunicación. En 2001, Benassini estima más de 50 denominaciones, de la que la más conocida era “ciencias de la comunicación” o “ciencias de la información”.

⁹ Como ejemplo, los libros *El español coloquial en las redes sociales* (2014), *El discurso político en Twitter* (2013), entre un listado muy diverso de textos abocados al estudio de la expresión verbal en los nuevos medios. El ámbito de reflexión de las autoras, por lo que hemos podido identificar en sus textos, no es la comunicación, sino la lingüística.

el estudio de los lenguajes y procesos de significación en prácticas específicas como comunicación política, educomunicación, comunicación y género, entre otras áreas.

Por su parte, la expresión “Estudios Semióticos” nos ayuda a definir el desarrollo de esta área que cada vez toma mayor distancia de la centralidad de la lengua y la aplicación de categorías lingüísticas. Ya Roland Barthes, de central importancia en el diálogo semiología-comunicación, había desarrollado una propuesta translingüística a partir de la semiología de Saussure y acaso fue el primer “programa” para ver distintas expresiones sociales, incluidas las mediáticas desde las herramientas que una relectura de la lingüística estructural ofrecía. Igualmente, el semiólogo italiano Umberto Eco ha sido otra referencia fundamental en los estudios de comunicación. Eco hizo un resumen de las tradiciones clásicas, desarrolló los fundamentos de una teoría semiótica y con ello dejó bases —en una época donde los consensos y la información tampoco abundaba— de otro tipo de semióticas. La borrachera lingüística y estructural cedió en los 80’s a otras perspectivas, como por ejemplo, el conocido libro de Robert Hodge y Gunter Kress, *Social semiotics* (1988), título que recupera a un importante lingüista inglés Michael Halliday (*Language as social semiotics*, 1978), inexistente en las referencias comunicativas y que justo parte no del componente interno de la lengua sino que busca una reflexión del lenguaje como hecho social, lo que supone una crítica desde la lingüística a los alcances de esta ciencia. En ese sentido se dan los primeros pasos para una “semiótica no-lingüística” pero preocupada de las prácticas de significación de la vida social. Junto con los mencionados, otro autor de interés, poco citado en los congresos comunicativos es el trabajo de los ensayos de Paolo Fabri, discípulo de Eco; también vale mencionar la obra del holandés Theo Van Leeuwen de los que podemos destacar los trabajos hechos con Krees (*Cfr.* Kress & Van Leeuwen, 1996, 2001) y su libro de 2005 (*Cfr.* Van Leeuwen, 2005). Este es un ejemplo de la manera como la semiótica se abre en marcos, referencias y posibilidades,

muchas de las cuales ya no aparecen en los manuales publicados en el presente siglo e hicieran parecer que la referencia semiótica en comunicación es centralmente “clásica”, estructural y de impronta lingüística, en el sentido de una tradición que parece no renovarse, o lo hace de manera muy lenta dentro de los estudios académicos.

Ahora bien, hay que señalar como muestra nuestra pesquisa que las CCL que dialogan más productivamente con los Estudios de Comunicación son los enfoques que ven al lenguaje no sólo como una estructura inherente, inmanente formada de componentes fonéticos, morfológicos, semánticos, sino como un tipo de práctica para la cual el estudio del contexto y la situación enunciativa es importante; y también son esos enfoques que ofrecen herramientas para el estudio de los lenguajes en los medios y las nuevas tecnologías. Es cierto que hay una ruta de trabajo en el estudio de la relación lenguaje-comunicación que se puede desprender de la socio-lingüística, el análisis conversacional, la etnografía de la comunicación, pero en los dispositivos que estudiamos (manuales y bases de datos principalmente) no aparecen la comunicación cara-cara, interpersonal o la conversación como objeto, lo cual nos parece una limitación de la tradición académica de la comunicación¹⁰.

A partir de la década de los noventa habría que considerar en esta historia las contribuciones de las “ciencias del cerebro” y todas las aplicaciones cognitivas que hay al estudio del lenguaje, lo que abre el aspecto de la relación que proponemos. De la misma manera las nuevas tecnologías han interpelado todos los conceptos convencionales de la teoría de la comunicación. Resulta a partir de éstas y otras contribuciones que la reflexión de la significación ya no puede ser únicamente social y propuestas como la bio-semiótica comienzan a tener carta de ciudadanía en los estudios de la comunicación. Si en los sesenta y setenta (Umberto Eco lo hace en sus manuales de semiótica) se definía el

¹⁰ Al respecto puede verse Karam T. (2014) Tema y variación sobre el Análisis del Discurso. Algo sobre conceptos y procedimientos. En *Lecciones Portal, INCOM*, disponible en http://www.portalcomunicacion.com/lecciones_det.asp?id=85

tipo de prácticas significativas que interesarían al semiólogo, hoy parece que esa brecha se abre y se hace transdisciplinaria, porque gracias a la ciencia es más lo que sabemos del cerebro, y de eso que pudiéramos llamar “fisiología de la significación” lo que inequívocamente interpela nuestros paradigmas para explicar cualquier práctica comunicativa. Al mismo tiempo, tenemos más información sobre el intercambio de información del mundo microscópico, en el mundo natural y en el mundo cósmico, lo que también puede alimentar empíricamente teorías que tengan pretensiones de explicar las relaciones entre sistemas semióticos. Así junto con la neurología, la biología aparece como herramienta con nuevos principios para dialogar y revisar nuestra noción centralmente humanística, sociológica o filosófica de la comunicación, de alguna forma como comenzamos a hacerlo a partir de asimilar el paradigma cibernético de Norbert Wiener, sólo que ahora dentro de ecologías mediáticas complejas que no hacen optativo el abordaje multidisciplinario y transdisciplinario, sino imprescindible.

Una indicación más: la relación entre semiótica-semiología y lingüística también pide precisiones. En ese sentido optamos por hablar Estudios Discursivos y Estudios Semióticos. En el primer caso es el área transdisciplinaria de las ciencias del lenguaje, que se usa hoy en casi todas las humanidades y ciencias sociales, y su enfoque puede ser más inmanente, más comunicativo, más contextual de acuerdo al nivel de análisis y ahora desarrolla también propuestas sobre todo cognitivas o teorías contextuales específicas. Si bien el centro de estos estudios en su relación con la comunicación es el análisis de las prácticas de significación de los medios y nuevos medios, ciertamente esa contribución puede abrirse a otros niveles de la comunicación humana (interpersonal, grupal, institucional, mass-mediática, intercultural, nuevos medios) dando un espectro mucho más amplio aún del que se tiene hasta ahora. Lo anterior, nos da un guion abierto —pero no por ello menos sistémico— difícilmente abarcable en estas líneas, pero del que sólo queremos dar una muestra, a manera de mapa de lo que implicaría un recorrido teórico más sistemático y organizado.

Un último aspecto dentro de la caracterización: ¿podríamos decir que el objetivo de la tradición semiótica-lingüística-discursiva sea profundizar los procesos de significación-sentido en las prácticas definidas como comunicativas? Ello demanda una clarificación por el concepto de sentido. Al respecto Julieta Haidar (2006, pp. 99-100) nos ofrece una explicación flexible y polivalente de estos conceptos: La producción y reproducción del sentido (que en comunicación el que nos interesa es principalmente el social) se concibe desde la complejidad y la transdisciplinariedad que da un mayor alcance heurístico que ofrece mayor “significado” y “significación”. Significado, significación y sentido, son tres categorías que son polisémicas, ambiguas y controversiales en varios textos de análisis semántico, semiótico, discursivo, retórico, entre otros. Desde la complejidad se considera el sentido como integrador del significado y de la significación, de esta forma se constituyen varios tipos de sentido: el sentido léxico-semántico —el significado en los campos semánticos—, el sentido lógico de las proposiciones, el sentido de las oraciones, el sentido pragmático, el sentido retórica hasta llegar a los sentidos de producción en todas las prácticas humanas: [sociales, culturales, científicas, tecnológicas, etcétera] lo que se traduce en prácticas semiótico-discursivas. Por su parte, Edgard Morin —seguido muy de cerca por esta autora brasileño-mexicana—, propone que el sentido emerge de un proceso psíquico/cerebral que implica un fondo cultural —la memoria— se integra a la experiencia. Este alcance del sentido no sólo hace funcionar la competencia lingüística, sino la maquinaria lógica, de tal forma que el sentido es “hologramático”, porque el lenguaje también es una “organización hologramática, en la cual no sólo la parte está en el todo, sino también el todo está en la parte.”

En suma “sentido”, “significación” son palabras nucleares en la reflexión, y la manera como estas categorías articulan de hecho niveles de realidad ya señalados en la famosa división tripartida —clásica para los estudios semióticos— de Charles S. Peirce con respecto a esas categorías fenomenológicas definidas como *primeridad*, *secundidad* y *terceridad*. De la misma manera en *Kant y el Ornitorrinco* (1997) Umberto Eco

realiza un último intento de actualización y reconocimiento de la explosión en la producción semiótica; en este ensayo Eco pone en diálogo la filosofía y la semiótica para indagar sobre los mecanismos de percepción y reconocimiento de los signos, las palabras y los significados, para ello recupera fábulas en las que el modo de funcionamiento de lo que se llama “sentido común” cumple un papel importante; de los animales, el ornitorrinco se usa como símbolo para poner en crisis las teorías del conocimiento. Así esa semiótica teórica y filosófica está en la base de una teoría de la significación que pueda ser pertinente para las prácticas, expresiones que a los estudios comunicativos pueda interesar y lo que dista de ser ese relato más o menos bien estructurado que tenía el estructuralismo francés respecto a la narratología, los mitos, el inconsciente y también los propios discursos de los medios, que en el siglo XXI, parecería, no podría ser el punto central de articulación en los CCL, estudios semiótico-discursivos y comunicativos como lo fue en el pasado, ¿o sí?

ESTUDIOS DE LOS DISPOSITIVOS ENUNCIATIVOS

Para avanzar en nuestro ejercicio exploratorio proponemos el análisis de algunos dispositivos enunciativos dentro de las teorías comunicativas. Cuando pretendemos proponer una conversación entre los estudios lingüísticos, semio-discursivos y comunicativos en realidad lo que queremos preguntar es: ¿cómo aparecen los estudios discursivos y semióticos en los manuales de teorías de comunicación?, ¿cómo han aparecido a lo largo de la historia de esos manuales?, ¿qué diálogos y conversaciones¹¹ se pueden identificar?, ¿qué signos de interpretación encontramos en las cuestiones dominantes de la “comunicación académica? Para ello

¹¹ La metáfora de las tradiciones teóricas como conversaciones, nos parece sugerente. Por ejemplo, Carlos Scolari en su famoso *Hipermediaciones* (2008) alude a la figura de la conversación como las corrientes teóricas. Igualmente, Robert C. Craig (1999) en su metamodelo constitutivo postula la importancia de esa “conversación” entre las tradiciones como una manera de conocerlas, acotarlas y estudiarlas.

proponemos estudiar algunos dispositivos de producción de información. Si bien en este subapartado identificamos cinco, en el texto sólo ejemplificaremos algo de los primeros tres como muestra de un trabajo aún incompleto, pero que forma parte de una metodología llevada hasta este momento:

- a) *Centro de Documentación en Comunicación (CCDOC)* del profesor Raúl Fuentes quien acaso sea el principal investigador sobre el campo académico de la comunicación en México. Esta base se encuentra alojada en la universidad jesuita de Guadalajara (Jalisco, México) en el ITESO (Instituto Tecnológico y de Estudios Superiores de Occidente) que entre sus cualidades bibliotecarias posee también un importante acervo de tesis de pregrado a nivel nacional. La base CCDOC tiene notables ventajas (digitalización, acceso, universalidad —está en internet—, sistema de búsqueda que permite recuperar información histórica, etcétera) y varias desventajas también como su lenta actualización, el difícil acceso a fuentes antiguas, la construcción de los descriptores que luego juegan como operadores de búsqueda, y el proceso de selección que no cubre, por ejemplo, todas las revistas regionales de comunicación, ya que la base privilegia el material impreso o que aunque sea digital tenga una edición impresa. El antecedente de la base fue el inventario biblio-hemerográfico (antes de las nuevas tecnologías) que compendió Fuentes Navarro (1988, 1995, 2003) en tres libros. Esta base quiere inventariar el todo de la producción de la comunicación académica institucionalizada en México, que sintoniza con la que ha sido uno de sus contribuciones. La base nos permite al momento de su estudio un acercamiento exploratorio porque nos ayuda a formular preguntas que estudios más precisos pueden probar o no.
- b) *Los manuales de teorías de comunicación* por las características e importancia que tienen en tanto condensadores de las conversaciones que eventualmente se pueden tener en el campo o que

el campo académico comunicativo puede tener con otros espacios de producción de sentido a propósito de la comunicación (el campo de la comunicación productiva y empresarial, el campo médico, el campo ingenieril, etcétera).

c) *Reconstrucción genealógica a partir de libros y autores ejemplares.*

Lo que supone otorgar a un listado de libros un valor que puede ser de apertura, consolidación o cambio en un paradigma específico y particular, en este caso de lo que hemos llamado la fuente (o tradición) semiológica, semiótica, discursiva y lingüística dentro de la comunicación. Si bien hemos referido en este texto el esfuerzo del grupo HCP, dista de ser el único y el más integrado, pero lo tomamos como punto de partida.

d) *Estudio de las revistas especializadas y de sus índices.*

Al respecto se pueden citar los trabajos hechos por Daniel E. Jones, León Duarte, Héctor Vargas¹², entre muchos otros que se han acercado en lo general o de manera específica, sobre aspectos hemerográficos en índices, referencias, procesos de citación etcétera. Las características de la ciencia, el mundo académico dentro del neoliberalismo ha impulsado mucho la citación, la revisión de índices, el estudio de los niveles de impacto y muchas prácticas que desde el punto de vista bibliométrico pueden ser interesantes aun cuando implique prácticas cuestionables para el desarrollo de la ciencia.

e) *Planes y programas de estudios, los currículos y los trabajos terminales de pregrado y postgrado que las bibliotecas universitarias pueden tener.* En el caso mexicano, Claudia Benassini¹³ comen-

¹² Se pueden ver, por ejemplo, los trabajos de Daniel E. Jones “Revistas Iberoamericanas de Comunicación” en *Zer*. Disponible en <http://www.ehu.eus/ojs/index.php/Zer/article/view/17412>; o algunos textos de León Duarte como “Estrategias y prácticas científicas de las revistas científicas latinoamericanas de la comunicación. Una aproximación a sus características estructurales” (en *Revista Latina de Comunicación Social*, 62. Disponible en <http://www.ull.es/publicaciones/latina/200704LeonDuarte.htm>

¹³ Se puede ver de esta autora: (1996) *¿Desde dónde se enseña la comunicación en Mé-*

zó a hacer un trabajo en el marco de la principal asociación de escuelas de comunicación en México. Pudimos enterarnos de la enorme dispersión enunciativa del nombre de la carrera de comunicación, de la emergencia de espacios laborables (como la misma profesión docente) entre muchos otros rasgos generales. Junto con el estudio de planes y programas podrían hacerse contribuciones al estudio del currículum en comunicación, con lo que ello supone. El currículum no ha sido todo como un discurso susceptible de ser analizado, quizá, entre otras razones, porque se trata de un documento generalmente resguardado por las escuelas, y al que se le puede dar poco valor intelectual, sin embargo ahí en los planes y programas, o en la fundamentación pueden encontrarse indicadores de análisis para el propósito de este trabajo y que, por ejemplo, ha sido de utilidad en las reflexiones que hemos hecho sobre perfiles profesionales de egreso en comunicación.

195

En suma, estos y otros dispositivos pueden ayudar a formular hipótesis de trabajo, problematizar conceptos, autores, métodos, tendencias; identificar sistemas saturados y otros menos abordados con la idea de adquirir información y conocimiento en torno a la fragmentación, dispersión y desorganización que puede observarse en las teorías de comunicación. No se trata con ello de discriminar teorías o integrar otras, sino reconocer lo que para los actores del campo comunicativo han implicado, en su trabajo real, las teorías y enfoques. La consolidación de una metateoría se basa en estos componentes y recursos como enunciados de partida que inicialmente exploren posibilidades, para luego describir variables (estudios descriptivos), relacionarlas (estudios correlacionales)

xico? Primer reporte de trabajo. Campos profesionales y mercados laborales. UIA, México, 1996; "Campos profesionales y mercados laborales" en Anuario de investigación de la comunicación v. CONEICC, México 1998; "Escuelas de comunicación: ¿un imaginario social? En: *Revista Mexicana de comunicación* 63, FMB, México, 2000, pp. 19-26.

y finalmente, en el momento de mayor complejidad —lo que parece casi imposible en el campo de las teorías de comunicación— fundamentar causalidades y explicaciones del comportamiento bibliográfico, hemerográficas en las conversaciones sobre la tradición semiótico-discursivas, las CCL con los estudios comunicativos.

REVISITA AL CENTRO DE DOCUMENTACIÓN DE FUENTES NAVARRO

196

Comenzamos nuestro ejercicio por el último de los dispositivos que señalamos: ¿Qué autores aparecen en la base referidos a “ciencias del lenguaje” y “lenguaje”¹⁴? Cabe señalar que a pesar de que la base de datos de Fuentes Navarro tiene un proceso de actualización lento y desigual, sigue siendo un recurso único y por tanto muy elogiado respecto a lo que arroja esa base y la significación que podemos atribuir a la presencia/ausencia de fuentes, autores, libros, investigaciones. Veamos como ejemplo el caso de algunos descriptores.

En cuanto la palabra clave “Ciencias del lenguaje” encontramos a las profesoras Ana Goutman y Julieta Haidar. La entrada¹⁵ “Lenguaje” aparece con 388 entradas (de 7372 que tiene la base) es decir que representa poco más del 5% que puede llamar la atención si se considera el concepto “lenguaje” como uno de los más usuales que incluso pudiera identificarse como sinónimo de “comunicación”; de esas 388, 42 llevan

¹⁴ Un primer a la base se ha hecho tanto en Karam (2004) como en González Reyna y Karam (2009). En el proceso de preparar estos textos hemos revisado la base (siempre de manera general). Para el descriptor “Lenguaje” aparecen 172 entradas (de las 4235); en enero de 2018 (con 7273 documentos), el mismo descriptor tenía 388. Incluimos así las dos cifras que corresponden a los dos momentos de la búsqueda: “análisis del discurso” (172/302), “semiótica” (113/249), “lingüística” (52/91), “socio-lingüística” (19/33), “semántica” (14/39), “pragmática” (22/31), “sintaxis” (3 /5). Podrá discutirse si bien hay un aumento de entradas en todos los rubros, sería proporcional a la década que separa la primera de la última revisión.

¹⁵ Todas las entradas suponen la revisión del término en título, subtítulo, abstract y palabras claves.

en el título el término. De estos destacan, por ejemplo, los trabajos de María Cristina Romo sobre el lenguaje radiofónico —objeto hoy día prácticamente abandonado porque no hay estudios recientes sobre el discurso radiofónico; los trabajos del gran bibliófilo Eulalio Ferrer sobre los lenguajes de la publicidad; de Jesús Becerra sobre el lenguaje tecnológico, o los de Alejandra Rocha sobre el lenguaje del chat que asoma los nuevos formatos. De los autores con más menciones cabe mencionar a Ana Goutman (11 entradas) quien ha hecho aportes tanto teóricos como específicos, siempre desde el umbral de las ciencias del lenguaje y algunos trabajos sobre el lenguaje del teatro, que le ha preocupado a la autora. O bien la obra de Raymundo Mier (21 entradas), con buena parte de su producción en el siglo pasado, pero su obra se mueve desde reflexiones filosóficas sobre cuestiones de la significación hacia comentarios de productos mediáticos (como el análisis que hace de la película de Ettore Scola, *La noche de Varennes*) o el comentario que dedica sobre las contradicciones del nobel Octavio Paz en materia de comunicación.

En el caso del descriptor “Semiótica” un autor que aparece es Rafael Reséndiz (16 entradas), pero casi todas ellas también de hace algunas décadas; ello refleja quizá una tendencia —en algún sentido ampliable a la producción académica de la comunicación en México— respecto a que es difícil encontrar autores de 1 ó 2 temas a lo largo de su producción y por lo general hay una oscilación muy diversa de varios intereses, por lo que resulta difícil ver trayectorias académicas con temáticas únicas, y está el asunto de usos específicos de la semiótica sin que ello suponga continuidad, desarrollo o exploración de otras corrientes. Lo mismo podemos decir de dos autores en el estudio hecho por Carlos Vidales (en Galindo, 2008, p. 392) donde menciona los casos de José Antonio Paoli Bolio y Raymundo Mier, ambos con texto, del siglo pasado y con referencias a enfoques que no necesariamente son los clásicos que ha usado la comunicación académica. La lista que Carlos Vidales realiza (en Galindo, 2008) es variopinta en cuanto quiénes y por qué han usado al término “Semiótica” o han hecho un guiño a los enfoques de esta área, pero sin desarrollo conceptual. Mención aparte merece el propio joven investigador Carlos

Vidales quien ha propugnado por abrir los diálogos entre la semiótica y la comunicación más allá de los medios e incluso de las ciencias sociales, lo que le ha permitido —en este caso sí con consistencia— articular propuestas con la cibersemiótica¹⁶, biosemiótica¹⁷ para tener una comprensión más amplia de los procesos semióticos y de significación en el orden del mundo natural, formal y de la cognición. Reza el dicho popular “una golondrina, no hace primavera”, pero el de Vidales es un caso interesante —que es quien aparece con más entradas en la base, 17—, porque toma distancia del inmediatismo práctico que gusta a la comunicación, y abre la perspectiva por encima de los marcos tradicionales¹⁸: toma distancia y reivindica la comunicación como horizonte de trabajo.

198

¹⁶ En México quien más ha usado el concepto es la obra de Carlos Vidales (2013b), basado en el pensamiento de Soren Brier. El objetivo es construir una teoría general de la comunicación desde la cibersemiótica que se proponga como meta el paso de la información y la cognición hacia la comunicación y el sentido. Para Brier la cibersemiótica es “el intento de ofrecer un marco transdisciplinario para el trabajo académico acerca de información, cognición y la comunicación que viene del estudio del mundo natural, técnico, ciencias sociales, humanidades. Esta perspectiva se construye desde dos aproximaciones interdisciplinarias: de una parte, la cibernética y la teoría de sistemas que incluye a la ciencia y teoría de la información; por otra parte, la semiótica de Peirce que incluye a la fenomenología y los aspectos pragmáticos de la lingüística” (traducción nuestra, tomado de *Cybersemiotics* <http://glossarium.bitrum.unileon.es/glossary/cybersemiotics>).

¹⁷ Definimos preliminarmente esta área de la semiótica y la biología como el estudio de la producción, acción e interpretación de los signos y códigos en el mundo natural. Guarda relación con la zoo-semiótica que atiende los procesos comunicativos de los animales, y que de hecho era un capítulo dentro de la etología (estudio del comportamiento de los animales). De acuerdo al a ficha para “zoo-semiótica” de Wikipedia esta área es: “la comunicación celular, biológica y animal; al intercambio de señales que se da entre los animales de cualquier especie”. Ello implicaría estudiar el tipo de mensaje, de señales; el componente físico o químico, así como la naturaleza comunicativa (olfativa, acústica, etcétera). A nivel introductorio puede verse Eder J y H. Rembold (1997) “La biosemiótica, un paradigma de la biología”. *Elementos* N° 25 Vol. 4, 13-24).

¹⁸ En la base CCDOC podemos ver las reiteraciones de algunos autores, lo que en sí mismo es un ejemplo muy básico de cuáles son los marcos semióticos más referidos (todo ello, dicho con la precaución, que en la base CCDOC la semiótica en realidad es una parte muy menor con relación al todo de la base. Algirdes Greimas (17 entradas), Umberto Eco (14 entradas), Roland Barthes (12), Charles S. Peirce (12), Levi Strauss (6), Iuri Lotman (5), Saussure (4), Eliseo Veron (4).

En suma, ¿qué tanto podemos sostener la hipótesis de la dispersión, falta de continuidad, y el uso eventual de la semiótica en los estudios de medios? Creemos que más que la comunicación, es en otros campos o áreas dentro de las humanidades y ciencias sociales (filosofía, antropología y estética principalmente) donde la semiótica se ha desarrollado, y ésta sigue teniendo algo sobre lo que Carlos Vidales, por ejemplo, ha insistido, en el sentido de “des-instrumentalizar” la semiótica que usa la comunicación académica respecto a verla simplemente como una herramienta para analizar los mensajes visivo-verbales.

Hay otro objeto que alguna vez nos interesó respecto al nivel técnico de los análisis semióticos, pero sobre todo discursivos que aparecen en la base y que nos permiten indagar sobre el modo de uso que los conceptos y las herramientas pueden tener. Karam (2004) concluyó en su primer revisión biblio-hemerográfica a la fuente semio-lingüística el uso “débil” de esta también importante técnica de investigación cualitativa que cede frente a una tendencia muy frecuente en la producción académica, como es cierto ensayismo que puede ofrecer aproximaciones e intuiciones lúcidas, pero que no es el mejor signo a la hora de evaluar la presencia de esta técnica cualitativa en la investigación comunicativa. En ese texto el autor concluye que expresiones como “análisis del discurso” en realidad quieren decir “comentario”, “ensayo”, “opinión” sobre algún texto, aunque ello no supone aplicar un procesamiento analítico vinculante de alguna tradición lingüística o CCL. Ello corresponde con una particular indicación que aparece en la revista por internet de Teunn Van Dijk¹⁹, en el sentido que no se aceptará este tipo de trabajo y para ello sugiere tomar en cuenta una advertencia²⁰ que resume justamente lo que queremos señalar por un problema que refleja algunos de los

¹⁹ Nos referimos a *Discurso y Sociedad* (disponible en <http://www.dissoc.org/>) que constituye un esfuerzo adicional de Van Dijk por divulgar trabajos y promover esa visión de los estudios del discurso en Iberoamérica.

²⁰ Van Dijk sugiere la lectura de Potter, Jonathan, Charles Antaki, Dereck Edwards y Michael Billig (2003) “El Análisis del discurso implica analizar: Crítica de seis atajos analíticos” (ver <http://www.dissoc.org/dissoc/criterios/>)

problemas técnicos comunes de técnicas flexibles, abiertas, pero no por ello carentes de su propio sentido de rigurosidad y formalidad, y que se añade a un problema frecuente.

LOS MANUALES DE TEORÍAS DE LA COMUNICACIÓN

200

La historia de la didáctica en teorías de comunicación ha generado centenas de manuales, antologías, ediciones preparados, libros didácticos, descripciones desde la comunicación humana o la mediática. Un manual es un texto de función didáctica e informativa; pero a su interior puede seguir distintos criterios organizativos: conceptual, histórico, interpretativo, problemático, regional, etcétera. Un manual lo definimos como un dispositivo discursivo que hace una “hipótesis” de interpretación de lo fundamental de ese saber comunicativo con base en sus objetivos; el manual realiza un proceso de inclusión-exclusión y usa también una serie de recursos retóricos en su proceso de justificación. El manual lo podemos definir *indicialmente* como “estas son las teorías o los autores importantes”; y a *nivel simbólico* que confiere un estatus particular a cada teoría por su extensión, explicación, valor histórico, etcétera.

Lo que muchos manuales pueden llamar “teorías”, con Robert Craig (1999) usamos en este trabajo el nombre de “tradiciones”; y que el grupo “hacia una comunicología posible” (*Cfr.* Galindo, 2008) llama de “fuentes científicas”²¹. Estos nombres son importantes porque de al-

²¹ La diferencia puede parecer menor. En resumen, reconocemos el concepto de “tradicción” como un espacio abierto de relaciones e intersecciones que reivindica su pertinencia a algunos principios constructivos. El concepto de “tradicción” es igualmente sugerente en la idea que Gadamer maneja de él, vinculado a la idea de la “comprensión” (*Verstehen*), la actitud hacia un principio más dinámica del pasado; y una atención también a los sistemas de transmisión (para mayor precisión ver Douzet, 2007). Ello difiere del concepto “fuente científica” no problematizado del todo por parte del grupo НСР, pero que semánticamente reivindica un “espacio originario”, instituido como “científico” lo que es entendido en el objetivo del grupo НСР y si bien no representa un concepto ilustrado del término, se puede suponer.

guna manera el nombre “teoría” (como el caso de “marco teórico” en tantos cursos de metodología) genera confusiones en esa metáfora del “marco” como algo estructurado organizado, sin especificar todos los subtipos y modalidades de producción-enunciación teórica que puede haber. Tampoco el llano nombre de “teorías” puede considerar los diálogos, intersticios, préstamos que puede haber entre los marcos explicativos, las tradiciones; por ello la parte más importante del texto citado nos parece ese ejercicio de diálogo entre las tradiciones, que retomaremos en las conclusiones de nuestro trabajo. Otro elemento de discusión es sobre si en lugar de “teorías” es mejor hablar de “fuentes” o “tradiciones”²², lo que lejos de cualquier discusión bizantina, pretendemos problematizar el estatuto de “teoría” que se puede conferir a bloques compactos, autocontenidos, vinculados a un objeto o un autor, sin que esto necesariamente sea cierto.

201

Hace más de una década Marta Rizo (2006) hizo un ejercicio tomando algunos manuales para estudiar las agrupaciones generales de los marcos de referencia que hacían las teorías de la comunicación. Su muestra no concluye el año de publicación del texto, sino dos años antes. Comentemos con brevedad algunos textos: del listado recordamos dos textos señeros en la pedagogía de las teorías de la comunicación, el libro de Antonio Paoli (*Comunicación e Información*, 1977), junto con el libro de Florence Toussaint (*Crítica a la información de masas*, 1975). Ambos canonizaron la división tripartita de la comunicación

²² Como lo hemos mencionado a lo largo de este trabajo, nos inclinamos a pensar más en términos de “tradiciones” en el sentido que nos parece el más flexible y que permite concebir distintas rutas dentro de líneas de pensamiento más o menos compartidas, así como reinterpretaciones, ajustes, discusiones. Eric E. Hobsbawm en *The invention of tradition*, define ésta como un proceso de formalización y ritualidades caracterizada por una referencia al pasado, a través de repeticiones obligatorias. Este proceso se da por un conjunto de mecanismos de difusión donde se atiende el discurso oficial pero no es por mucho el principal sistema, sino acaso uno más de una extensa red que integra (para el caso del historiador, objeto que interesa de Hobsbawm) fotografías, sonidos, relatos, procesos de reinterpretación, y que para nuestra lectura teórica es visto como un proceso dinámico de recuperación y ruptura, de tradición e innovación.

(marxismo-funcionalismo-estructuralismo) como un marco básico de estudio, con las ventajas y desventajas que ello reporta: tuvo la ventaja de una intención didáctica que permitían —más a manera de hipótesis— reconocer lo mínimo que un estudiante de licenciatura debía saber sobre “teorías”.

202

En lo que se refiere a nuestra indagación, todo cuanto pueda caber en lo “lingüístico” (o ciencias del lenguaje) queda circunscrito al terreno del “estructuralismo” (p. 37). El apartado sobre “estructuralismo” de Paoli nos parece confuso, porque define el término “estructural” desde la epistemología genética de Piaget sin aclarar cuál es su vínculo con el subtítulo del apartado (“Lingüística y Estructuralismo”), en el que aparecen Levi Strauss, Guiraud, Verón (quien refiere a Morris) y Carnap. Paoli explica cómo la lingüística se ha convertido en el paradigma, la “brújula que orienta las construcciones teóricas, aunque los “científicos estructuralistas” se acerquen o alejen de los modelos clásicos de la lingüística planteados por Saussure” (p. 38). De los problemas que presentan estos manuales es que no hay una presencia detallada de la lingüística como herramienta específica de análisis; tampoco hay referencia a los antecedentes de Saussure ni a la genealogía del estructuralismo como tal, ni mucho menos a las nuevas tendencias por vincular a la lingüística con las ciencias sociales. Se menciona la importancia del método estructural como medio para conocer a los hechos sociales en tanto formas de significación y de comunicación. Esta acaso sea la idea más sugerente del apartado: la relación de la semiología con el programa estructural francés. Un aspecto interesante de este manual es la antología del texto que ocupa una tercera parte del libro, de los cuales los más “cercaños” a la fuente lingüística como son las referencias al diccionario de las CCL de Ducrot y Todorov²³, y algunas fichas que de este libro aparecen transcritas.

²³ Nos referimos a Ducrot, O. y Todorov T. *Diccionario enciclopédico de las ciencias del lenguaje*, 1972. Años después hay una nueva edición muy recomendable para términos de la fuente lingüística: Cfr. Ducrot, O. y Schaeffer J.M. *Nuevo diccionario enciclopédico de las ciencias del lenguaje*, 1995.

La lista de Rizo prosigue e incluye textos diversos que reflejan tendencias diversas como el texto de Manuel Corral profesor de bachillerato que por desgracia sólo hiciera un sugerente manual de historia de la comunicación (*La ciencia de la comunicación en México. Origen, desarrollo y situación actual*, 1986) que sigue editándose hasta la fecha; el clásico de Wolf, Mauro, *La investigación de la comunicación de masas. Crítica y perspectivas* (1989); los libros del profesor Miquel Rodrigo Alsina con *Los modelos de comunicación* (1995) con interesante contextuales de unos cuantos modelos y *Teorías de Comunicación* (2001) que recupera la división tripartita de la teoría sólo que con nombres más actuales, enfoques empírico-positivas, crítico-culturales e interpretativos. Del caso mexicano merece una rápida mención de José Carlos Lozano *Teoría e investigación de la comunicación de masas* (1996) que agrupa las teorías desde los ámbitos de producción, mensajes y recepción y que de acuerdo a Galindo (2008b) es el texto más citado de bibliografías. El más reciente en el listado de Rizo fue, al momento de publicar su texto, el libro de J. J. Igartua y M.L. Humanes (*Teoría e investigación en comunicación social*, 2004) que hacen uno de los mejores resúmenes de teorías de comunicación aplicada a los medios, dentro de una agrupación clara y sin pretensiones totalizantes.

203

Sin embargo, en este breve apunte citamos dos textos que nos hablan cómo la historia de los manuales de comunicación siguen una trayectoria diversa, con pequeños añadidos y contribuciones. El primero de ellos escrito con pretensión “ensayística” por lo que dice su título (José Luis Piñuel y Carlos Lozano, *Ensayo general sobre la comunicación*, 2006) no usan sólo sociológico, sino que ven el fenómeno de la experiencia comunicación humana lo cual hemos visto no es algo frecuente sobre todo en los manuales en español. Lo interesante de este “ensayo” es que nos muestra una perspectiva diferenciada, donde no aparece la narrativa dominante para referir la relación lenguaje-significación-comunicación y su circunscripción en el estructuralismo o la narratología de los sesenta y setenta; de hecho, el capítulo “La comunicación y el lenguaje” ni siquiera menciona a Barthes o Eco porque el “ensayo” quiere presentar

su propia propuesta de agrupación no desde la comunicación mediática, sino la humana. El libro en realidad realiza un inventario de temas y asuntos que abordarían en el estudio del lenguaje y la comunicación y que incluye los procesos de aprendizaje y transmisión, las cuestiones cognitivas y culturales de un fenómeno más amplio no circunscrito en absoluto al estructuralismo o la narrativa académica convencional. En el capítulo “La comunicación y el pensamiento” introducen temas abordados desde la filosofía del lenguaje, como la verdad en la comunicación; este “ensayo” nos muestra otras posibilidades retóricas para abordar teóricamente la relación lenguaje-significación-discurso-comunicación. Es cierto que tampoco alude a los estudios del discurso ni a los estudios semióticos, aun cuando aborde cuestiones de lengua-lenguaje-signo-escritura-significación. Dentro de su estilo “más libre” los autores incluyen algo de conceptos básicos de otras teorías, pero su organización y el esquema introducen. La ventaja es que nos permite salir de esa “teoría” de autores, fechas y libros, para pensar en problemas y relacionar a la comunicación no con la historia de las ideas, sino con asuntos vinculados a la comunicación humana.

Un segundo texto que atrae nuestra atención es la última referencia que tenemos del conocido profesor catalán Miguel de Moragas (*Cfr. Interpretar la comunicación*, 2011), quien ya había generado manuales y antologías muy importantes, además fue quizá el primero en pretender una visión si no mundial, al menos “occidental” que incluyera a América Latina. La parte semiótico-discursiva queda confinada al apartado “La cultura y los estudios de comunicación”, lo que resulta interesante, porque esta es una manera ya de subrayar las contribuciones de los dos autores clásicos —y acaso más importante en el contexto histórico que hemos delineado— Roland Barthes y Umberto Eco. La discusión aparece cercana a la Escuela de Frankfurt y los Estudios Culturales que en realidad tienen genealogías distintas aun cuando haya dialogado con los estudios para los contenidos ideológicos y otros afines a los objetos de la semiótica, los estudios del discurso. En otro apartado menciona al influyente Teun Van Dijk que constituye una de las figuras más

importante en el campo de los estudios del discurso en el hemisferio occidental, con una presencia y producción en muchos países y de la misma manera que Moragas con una particular sensibilidad hacia América Latina que lo lleva a tener una presencia muy cercana en organizaciones como la Asociación Latinoamericana de Estudios del Discurso. La mención de Van Dijk²⁴ es lo más “actual” que encontramos en el manual de Moragas, donde se alude el tema “crítico” y nada se menciona de la producción central en el siglo XXI de este autor, el cual ha sido objeto incluso de artículos sobre su contribución a la comunicación²⁵.

De una manera rápida podemos proponer que la tradición semiolingüística aparece dentro de unas coordenadas estrechas, muy circunscritas y con excepciones se abren líneas que luego no se desarrollan; hay una clara diferencia entre la producción mexicana y la española que suele ser más abundante y especializada (Cfr. García, 207). Son pocos los textos de Sudamérica (con la excepción de Argentina) que llegan a las bibliografías, e igualmente siempre es posible encontrar excepciones como el manual de los franceses Christian Baylon y Xavier Mignot (1996/1994) que es una excepción y no es incorporado en el trabajo de Rizo.

Los manuales de teorías de comunicación son un objeto de estudio pocas veces abordado y considerado como herramienta que puede ayudarnos a hacer inferencias meta teóricas y reconocer, por ejemplo, las reiteraciones, así como proponer omisiones. Su estudio es una herramienta exploratoria que puede facilitar la descripción de algunas variables como aquí hemos bocetado.

²⁴ En la base de datos CDOC de Fuentes Navarro que nos ha servido como punto de análisis, la referencia a este autor apenas aparece, tres entradas: Rosa Esther Juárez, “Los medios masivos y el estudio de la recepción. Revisión de algunas propuestas teóricas y prácticas” (1989), Tanius Karam, “Macro-estructuras narrativas en la obra de Carlos Monsiváis” (2003) y la tesis de Karla Paulina Sánchez *Acercamiento discursivo a obras artísticas de Mexicali en relación al discurso visual sobre la noción de frontera* (2010).

²⁵ Ver Omer Silva (2002). El análisis del discurso según Van Dijk y los estudios de la comunicación. En *Razón y palabra* 26, <http://www.razonypalabra.org.mx/antiores/n26/osilva.html>. Esta revista no forma parte en la base de datos CDOC.

ALGUNAS RECONSTRUCCIONES. TEXTOS BÁSICOS Y RUTAS POSIBLES

206

De alguna manera todo listado biblio-hemerográfico es una interpretación y un proyecto de lectura. Dar un listado de libros sobre un asunto, a la manera de alguien que hace una “antología” que pone en práctica un sistema de inclusión/exclusión. Un ejercicio de ese tipo fue el intento realizado por Galindo, Karam y Rizo (2005) en su proyecto de resumir los 100 libros (que en realidad fueron 140, porque 40 eran de autores mexicanos) más importantes del pensamiento comunicacional. Los autores explican su método y sistema dentro de su propuesta de 9 fuentes llamadas “histórica-científicas” del pensamiento comunicacional, una de ellas es la “semio-lingüística” que ya hemos definido en la primera nota a pie de página. La lista es interesante y sólo recordamos: Charles Morris *Signos, lenguaje y conducta* (1962/1964) donde se trasluce la preocupación por ver la realidad desde un punto de vista semiótica; también aparece el clásico de John Austin (*Cómo hacer cosas con palabras*, 1962/1981) y que es una reflexión pragmática desde la filosofía del lenguaje, ahí aparece esa importante noción de acto de habla después desarrollada por John Searle (*Actos de Habla*, 1969/1980). De la década de los sesenta destaca por supuesto los textos de Greimas (*Semántica estructural*, 1966/1971) con esas famosas herramientas usadas a veces sin mucha reflexividad crítica en los estudios de comunicación; y el texto de Michel Pêcheux, un importante lingüista poco leído dentro de la comunicación (*Hacia el análisis automático del discurso*, 1969/1978) pero muy influyente en la lingüística francesa de los setenta. Este listado es heterogéneo que da también para comentarios muy variados al menos lo que se desprende del siglo xx: los pocos libros editados en México, la escasa presencia que hemos vistos de estos libros en el estudio de los manuales de teorías de comunicación publicados al menos en este país; la relación entre autores clásicos y muy conocidos (Umberto Eco, Eliseo Veron, A. Gre-

imas)²⁶ al lado de otros pocos textos presentes en las bibliografías de comunicación, como el ya mencionado de Baylon y Mignot que revela una importancia para la fuente lingüística en su relación con la comunicación y lo que también supone estudiar el caso de las editoriales y sus sistemas de distribución. Algunos clásicos como Morris²⁷ o Searle pueden ser conocidos y referidos, pero no aparecen trabajados en tesis, monografías o ensayos²⁸ lo que explica que en trabajos de pregrado, no haya referencia a autores clásicos. Los textos que siguen teniendo alguna presencia proceden del periodo más importante del estructuralismo o la “ola franco-italiana” para la teoría de la comunicación; persiste una referencia a anclar como el espacio dominante la corriente estructuralista y francesa, muy centrada al análisis mediático (narratológico sobre todo) sobre los mensajes de los medios.

207

Como este ejercicio biblio-hemerográfico, por ejemplo, el indagar no la producción general o básica citada sino, en este caso, la específicamente mexicana. Para esta tarea retomamos de acuerdo a Galindo, Karam y Rizo algunos textos importantes de la fuente semiótica-lingüística producidos localmente y que describen algo de la historia intelectual en el contexto particular: el primer texto que aparece es de Oscar Uribe (*De la importancia y variedad de la experiencia comunicativa*, 1956) que tiene la especificidad de ser el más antiguo de toda la base CCDOC y éste alude una preocupación socio-lingüística aun cuando el diálogo con esta importante disciplina es poco relevante para la comunicación académica, más allá de menciones marginales. Otro autor también interesante es Hans Saettele —que como Uribe aparece con tres entradas en la base CCDOC. En un texto de 1977, Saettele reconoce que la lingüística es considerada como una “ciencia abstracta” y “burguesa”; este autor distingue dos tipos

²⁶ *Vid Supra*, nota a pie núm. 14.

²⁷ En la base de datos Fuentes Navarro sólo hay una referencia a Morris, un extraño texto del profesor Abraham Nosnik, extraño porque este es un importante autor en la comunicación organizacional que en este artículo de 2008 en una revista de Puebla, hace su propio recuento de lo que ha sido la enseñanza en comunicación.

²⁸ Por ejemplo, en CCDOC no hay referencias en abstracts a estos autores.

de reflexividad en el lenguaje natural: la comprensión de los sujetos entre sí y a nivel de experiencias mutuas; y un conjunto de conocimientos sobre el lenguaje y su conocimiento pre-consciente, de carácter discontinuo y finito. Saettele —aunque después deje la lingüística y se dedique más al psicoanálisis— va intentar en ese momento abrir el umbral de esta ciencia en su diálogo con los estudios sociales. En la misma sintonía va a estar otra lingüista, que a diferencia de Saettele sí va trabajar en escuelas de comunicación, Ana María Nethol (1978) que forma parte de la migración argentina a México que tanto enriqueció al país por traer una tradición de estudios incipientemente trabajados en el México de los setenta, y quien presenta un trabajo sugerente con el objetivo deliberado de articular a la lingüística con los estudios de comunicación social. Nethol contrapone a la economía y la sociología con la lingüística, ya que considera a las primeras como ciencias explicativas y a la última como instrumental; esta lingüística de origen argentino entrevé las diferencias entre un saber y conocimiento de la lingüística y otro de las ciencias sociales; si bien acepta la posible inutilidad que algunas preguntas lingüísticas pudieran tener para las ciencias sociales, advierte (p. 188). La autora critica el subjetivismo idealista de algunas perspectivas lingüísticas, cómo en ocasiones se ha relegado el estudio del lenguaje a su realización individual sin considerar las dimensiones sociales. Hay un proceso de búsqueda dentro de quienes (aun cuando vienen de la filosofía, la lingüística o la historia) buscan un acercamiento más “pertinente” para explicar la comunicación social desde la lingüística, se ve con claridad el intento por insertar dicha explicación dentro de un compromiso histórico-político al cual se quiere ajustar cualquier hallazgo o encuentro.

De los ochenta podemos citar una antología compilada por Fátima Fernández y Margarita Yépez (1984) en el que reflexionan sobre el estatuto científico y epistemológico de la comunicación. Es una compilación interesante donde hay textos que critican la posibilidad de una ciencia de comunicación y otros que dejan abierta su posibilidad. Para la fuente lingüística nos parece en especial interesante el penúltimo trabajo del libro (*Cfr.* López Villegas-Man-

jarrez, 1984) sobre un marco de referencia pragma-lingüístico. Este artículo ubica algunos desarrollos en el campo de los estudios del discurso, como la “pragmatización” de la semántica. La lingüística se identifica a la “pragma-lingüística” con el habla o la ejecución, en el sentido de describir los signos independientemente de su empleo. Es decir, este concepto de “habla” tiene dos significados diversos, por un lado, como producto de la abstracción lingüística y, por el otro, como concepto del “habla intencional”; después de detallar varios significados de semántica la última parte del trabajo es una reflexión sobre la pragmática universal de Habermas, la estructura del diálogo y las tareas empíricas dan la pragma-lingüística en la obra del filósofo alemán.

209

El relato puede continuar sobre estos y otros ejemplos que nos dejan ver argumentos para articular lenguaje, discurso, comunicación. Nos detenemos ahora en 2000 cuando Ana Goutman (*Lenguaje y comunicación*, México, UNAM) donde realiza un ejercicio básico: recupera la tradición del estudio de la lengua-lenguaje desde la teoría con el Círculo de Praga²⁹ y otros enfoques que abordan la reflexión sobre la práctica de la comunicación y algunos lenguajes particulares como el de “teatro” que tanto le ha interesado a Goutman o el lenguaje del radio al que le dedica un apartado. De esta manera parece resumir al momento —sin hacer mención alguna a las nuevas tecnologías— un guion básico de discusión desde las CCL.

NÚCLEOS Y CONVERSACIONES

Tras lo dicho intentamos una agrupación que deje algunas líneas de trabajo para un diálogo más organizado, sistemático entre los espacios conceptuales que hemos abordado como son semiótica, semiología, discurso, lingüística y comunicación. Se trata de espacios donde se han

²⁹ Puede verse Trnka, Bohumil et al. (1980). *El círculo de Praga*. Barcelona: Anagrama.

des/encontrado y desde donde proponemos “núcleos de condensación” como espacios relevantes y significativos en la historia de nuestras tradiciones o al interior de la fuente que comentamos. La metáfora de la “conversación” nos ayuda también a describir e imaginar diálogos y tensiones a partir de los conceptos y problemas. En las siguientes “conversaciones” ponemos en “diálogo” estos núcleos de condensación, en un primer momento sólo con la base CCDOC de Fuentes Navarro. A nivel hipotético suponemos que estos “núcleos” podrían revisarse también a la luz de todos los dispositivos enunciativos que mencionamos al inicio del punto 3 y no solamente con el del profesor de Guadalajara. Este es otro de los trabajos por realizar. Además, es posible que aparte de estos “núcleos” que también definimos como “conversaciones posibles” dentro de la tradición, puedan salir otros.

DEL ESTRUCTURALISMO Y SUS TENSIONES

El primer aspecto es la relación entre ciencias del lenguaje y comunicación desde lo que fue el estructuralismo lingüístico y cayó en el molde de ese paradigma francófono, “estructuralismo” que no surge en la década de los sesenta, pero ahí se condensa y cristaliza, y desde ahí llega a los estudios de comunicación. Si bien el estructuralismo fue el “medio “oficial” para el diálogo entre los estudios de comunicación y la lingüística como puede verse en el hecho que muchos planes y programas aluden a autores como Saussure, o bien a propuestas de análisis semiológica deudoras de esta lingüística. Las dicotomías de este autor ginebrino han sido parte del eje dominante para pensar los problemas de lengua-lenguaje en comunicación (lengua-habla, significado-significante, sintagma-paradigma, diacronía-sincronía, connotación-denotación). El problema principal es que no existe desde la comunicación, un análisis de los elementos constructivos, vínculos formales entre Saussure, sus maestros (neo-gramáticos) y su red de discípulos (desde la escuela de Praga, hasta Roland Barthes).

¿Podemos decir que el “estructuralismo” es el lugar de “encuentro oficial” entre las ciencias del lenguaje y los estudios de comunicación? El estructuralismo es un paradigma de origen multidisciplinario: se combinó con las ciencias humanas, los estudios literarios y narratológicos, con el psicoanálisis y el estudio de la cultura; como todo gran movimiento implicó una promesa, la de integrar las disciplinas, la de un método único para el saber. Más cercano a la comunicación, el estructuralismo pasó por ser marco amplio, un modo para especificar signos, sistemas de significación y algunos sistemas de relación, en los mensajes visivo-verbales que transmiten los medios; de éstos con especial preocupación de la materialidad ideológica, los niveles ocultos y las formas de dominación por medio de estos mensajes.

211

El listado de autores es interminable, algunos estructuralistas no son del todo ponderados o aquilatados como el caso del famoso antropólogo Claude Levi-Strauss, quien acaso fuera el estructuralista más consolidado con una propuesta metodológica rigurosa, además con una preocupación de la comunicación (no de los medios) al interior de la vida social. También cabe señalar la obra del “estructuralista cibernético” el famoso profesor francés Abraham Moles quien fue un “renacentista” de la comunicación en el sentido de verla desde la física y la matemática como lo leemos en su libro *Teoría Estructural de la Comunicación* y que le llevó abordar lo mismo una física de los objetos que una reflexión estructural sobre la cultura de masas y que parecería rígido encasillarlo en el estructuralismo, porque también dialogó con la teoría de la información y la cibernética.

Empero lo anterior, dentro del estructuralismo francófono, quizá el más emblemático para la comunicación sea Roland Barthes lo que puede entenderse por varios rasgos de su vida y obra que se le puede calificar como un intelectual en comunicación: su modo de escritura, su diversidad temática, su carácter contracultural, su curiosidad por varios aspectos de la vida cotidiana y el tránsito conceptual que lo hizo migrar desde el “pre” hasta el “pos” estructuralismo. Barthes es autor de una colección para su tiempo heterodoxa de escritos sobre los aspectos más

diversos de la cultura francesa (*Mitologías*), fundador de uno de los primeros centros de estudios para la comunicación de masas en Francia (CECMAS), analista de revista de modas, teórico literario, etcétera. En la base CCDOC (12 entradas) Roland Barthes aparece como justificación en estudios sobre retórica política, análisis de cine y estudio sobre mitologías contemporáneas.

212 En la base CCDOC hay 10 entradas “Estructuralismo” de ellas nos detenemos en las tres “más recientes” que reflejan dos actitudes que quizá puedan ser sintéticas de la presencia del estructuralismo. Encontramos el texto de Jesús Becerra (“La semiótica como metodología de las ciencias sociales”, 2005) justo pretende planear una semiótica que tome distancia del estructuralismo y que no quede anquilosada a él, en este artículo redunda en una interesante crítica de una semiótica que no se problematiza, que se da por sentada en la comunicación, que busca el diálogo formal y sistemático con la lógica; contra esa semiótica únicamente aplicada y específica, se hace necesario articular una semiótica más amplia pero no por conceptos no problematizados. Ya el tema aquí no es como el texto del pedagogo y comunicador argentino Daniel Prieto³⁰ en los ochenta en tanto de criticar el teoricismo de una semiótica improductiva para la comunicación en América Latina; se da por supuesto que esta área ofrece elementos para pensar las relaciones entre semiótica básica y comunicación básica, más allá de mensajes y retórica; necesariamente esa semiótica ubicada en el centro de la comunicación, como lo había comentado Eco en *Lector in Fabula*, hace necesaria una semiótica que no es únicamente de los mensajes, sino también de la producción y la recepción, y que por ello tiene que tomar distancia del estructuralismo centrado en los códigos y los mensajes. El segundo texto en esta dirección es el artículo de Julio Amador Bech (“Los modelos de comunicación y los límites del estructuralismo”, 2011) que ofrece una mayor fundamentación filosófica a favor de una semiótica más in-

³⁰ Cfr. “Sobre la teoría y el teoricismo en comunicación”. En: Fernández F. y Yépez M (comp.). (1984). *Comunicación y teoría social*. México: FCPYS-UNAM, 13-17.

terpretativa; reivindica un referente de la comunicación humana y no mediática como hemos insistido, lo que permite un marco más amplio para no circunscribir el sentido-significación en la lengua. Finalmente, el artículo de Martha Mendoza (“Performance y drama social: la representación de la Batalla del 5 de mayo en una localidad mexicana”, 2010) parece ir en dirección contraria porque usa el estructuralismo como medio para analizar una práctica cívica en la ciudad de Puebla con respecto a la representación de una batalla histórica del siglo XIX.

LA VETA FILOSÓFICA Y SUS PREGUNTAS

213

Un segundo núcleo y eje de discusión es la proporcionada por la filosofía, sobre todo del lenguaje y de la retórica, que por ejemplo en el campo de la comunicación de EE.UU. es central en un área muy grande que es el estudio del *speech communication*, y que en México y América Latina no ha tenido ese nivel de autonomía. En ese sentido un libro fundamental y acaso el primero comunicativo en la tradición occidental y la filosofía griega sea el *Ars Retorica* de Aristóteles, configurado, por cierto, desde un punto de vista triádico que tanto gusta a la comunicación: una primera parte dedicada al orador; la segunda, a las figuras retóricas; y la tercera, al tema de las pasiones como un modo de explorar lo que después se va llamar “receptor”. Su discípulo Platón en sus famosos *Diálogos*, también permite una lectura de comunicación en varios de sus “diálogos” como el *Cratilo* donde analiza el origen del lenguaje; o bien en *Sofista o del ser* resalta la función dialógica del *logos*. En el *Diccionario de Filosofía* de Ferrater Mora reconoce como significado de “comunicación”, lo vinculado a la expresión y el lenguaje. Y algunos filósofos que les ha preocupado la comunicación lo han hecho desde el lenguaje. La filosofía del lenguaje tiene poca presencia en los manuales de teorías que hemos revisado; no se explicitan principios constructivos, no se mencionan las genealogías y apenas hay relaciones conceptuales. Existen —como cualquier afirmación que podamos

hacer— excepciones. Si uno revisa cualquier historia de filosofía del lenguaje³¹ es innegable la intermitencia de la comunicación en términos como sentido, referencia, retórica y por supuesto semiótica que parece ser la parte de la filosofía donde comienza a aparecer esta importante área. Así la pregunta no es si tienen que ver filosofía del lenguaje/comunicación, sino lo que ésta requiere de aquélla, y la manera como la primera refiere nociones comunicativas.

214

Uno de los puntos de encuentro principales tal vez sea el pragmatismo, ahí donde hay una preocupación por el contexto y la realización, por una lengua puesta en funcionamiento, la cual genera efectos y consecuencias en los participantes; no resulta casual, por ejemplo, dentro de la pragma-lingüística que sea justo ésta la que comienza una exploración con el concepto de comunicación y luego los estudios comunicativos recuperen aspectos pragmáticos en el estudio de la lengua. Pero también la fenomenología y la hermenéutica dan al sentido un componente comunicativo por el peso que le da al estudio del diálogo, la interpretación, el lenguaje y las situaciones de vida cotidiana. En Heidegger podemos incluso interpretar una ontologización del lenguaje, y con él, de alguna manera, la comunicación. El famoso autor de *El ser y el tiempo* tiene 4 entradas en la base CCDOC, pero en realidad el filósofo alemán con más entradas en esta base que hemos venido comentando es Jürgen Habermas (19 entradas) lo que puede entenderse no sólo por su famoso *Teoría de Acción Comunicativa*, sino porque él mismo ha sido un autor de muchos temas y asuntos, algunos de ellos vitales para la comunicación como “opinión pública”, “espacio público”, entre otros.

Estas entradas reflejan algo que parece característico también en la producción de la comunicación y que si cabe el término podemos definir como “creatividad” en cuanto la diversidad de aceptaciones, por ejemplo, Santiago Calderón habla del Twitter y el espacio público usando al autor alemán; Rafael Espinosa analiza el discurso del jefe de gobierno

³¹ Cfr. Beuchot, M. (2005). *Historia de la filosofía del lenguaje*, México: FCE.

de la Ciudad de México desde las acciones comunicativas de Habermas; Juan García, en un texto de los ochenta critica el concepto de “acción comunicativa”; y Luis Poo analiza las relaciones profesor estudiante en una universidad privada también desde el marco teórico de este filósofo. Sin duda la presencia de este filósofo alemán en la base desde los ochenta hasta la década pasada, y con trabajos tanto teórico-básicos como aplicados a objetos específicos. Buen ejemplo de un uso diferenciado que no es común en la base con respecto a lo que hemos visto, y que quizá refleja un “ejemplo feliz” de la creatividad que los estudios comunicativos pueden eventualmente arrojar.

No corren la misma suerte muchos otros autores que uno también podría considerar fundamentales en la reflexión filosófica lenguaje-comunicación como Ludwig Wittgenstein (2 entradas), Hans Gadamer (2); o incluso los autores de las teorías de los “actos de habla” (John L. Austin y John Searle) que aparecen en la base CCDOC y lo que no deja de ser un signo paradójico que sea mencionado el concepto a nivel de abstract, pero no los autores.

Deviene lugar común referir la importancia de la filosofía en la comunicación. No siempre se estudia de manera más sistemática las referencias o correspondencias filosóficas en las teorías de la comunicación, o los problemas de interés para el campo de la comunicación pueden aparecer tanto en la filosofía contemporánea como histórica³².

³² En cuanto la relación filosofía y comunicación dentro de la bibliografía universitaria mexicana nos parece interesante el texto de Adriana Yurén (que en la base CCDOC solamente aparece con un texto que no es el que ahora referimos) escribió *Conocimiento y comunicación* (México, Alhambra, 1994) donde quiere dar las bases epistemológicas de una ciencia (filosófica) de la comunicación. Después de realizar en cada capítulo una revisión de corrientes filosóficas, realiza un comentario en clave comunicativa, lo cual nos parece un sugerente estilo didáctico. También en su momento la famosa revista de divulgación *Razón y Palabra* dedicó varios números a la relación filosofía y comunicación (véase por ejemplo los números 10 “Diálogo y Comunicación”, N° 21 sobre la obra de Charles S. Peirce, N° 61, sobre comunicología; N° 64 sobre filosofía y comunicación, entre otros.

LA MIRADA INTERIOR:
LA LENGUA Y LA SIGNIFICACIÓN EN LOS MEDIOS

216

Tal vez uno de los primeros consensos entre los estudios semiótico-discursivos y comunicativos fue el interés compartido por los relatos de los medios, la dimensión ideológica de los discursos, los componentes de los lenguajes de los medios y de algunas prácticas (fotografía, publicidad, moda, etcétera), por ello una línea señera es la de los lenguajes en los medios masivos. Tal vez los primeros estudios en ese sentido fueron los vinculados a los relatos de los medios y al contenido ideológico. Un texto clásico en ese sentido fue el famoso *Para leer el Pato Donald* (Armand Mattelart y Ariel Dorfmann, 1971) que justo fue revisado en clave de contenido ideológico y cómo a través de las inocentes caricaturas se proyectaban mensajes transnacionales que legitimaban una visión del mundo. La preocupación ideológica fue de hecho compartida por algunos estudios clásicos de corte estructuralista y otros marxistas y tal vez sea el primer macro objeto de la comunicación donde los académicos acuden a las áreas de la fuente semiótica, lingüística, discursiva. Si bien estas metodologías se asociaban a procedimientos analíticos particular como lo leemos en el famoso número 8 de la revista francesa *Communications* (1966) dedicado al análisis estructural del relato (*L'analyse structurale du récit*) y donde por ejemplo el joven Tzvetan Todorov realiza un análisis de la novela epistolar *Les liaisons dangereuses*³³. También en el N° 11 (1968) es sobre “lo verosímil” y pretende un estudio de las leyes que crean la ilusión de realidad en la obra y el arte general; o en el N° 16 (1970) “Investigaciones retóricas” donde se propone una reinterpretación.

³³ El título de esta novela se traduce como *Las amistades peligrosas*, o también como *Las relaciones peligrosas*. Es una novela epistolar escrita por Pierre Choderlos de Laclos, publicada en 1782 que es una mirada al mundo íntimo de la nobleza francesa en la época. El estilo de la novela, sin narrador personal, facilita que el lector asuma el punto de vista de cada personaje, donde pasan los grandes temas de la doble moral, la vida sexual, el mundo de los afectos, el cinismo y lo paradójico de ciertas situaciones.

tación de la retórica y se relaciona con el estudio del discurso literario.

El estudio de los lenguajes de los medios tiene una larga estela, quizá la principal en toda la tradición semiótica-discursiva, así en la base de datos CCDOC es fácil identificar decenas de trabajos preocupados por el lenguaje “de la radio”, el “cine” y la “televisión”, en donde se pueden estudiar muy distintos componentes, por lo general no vinculados con la parte más inmanente de la lingüística, como ya lo expusimos. Muchos lingüistas han ido a los medios para estudiarlos como Raúl Ávila (*La lengua y sus hablantes*, 1999) quien ha estudiado los fenómenos de la lengua en los medios masivos, además de contar con un proyecto de difusión del español por los medios de la lengua. Esta preocupación más formal de la lengua en los medios, no siempre ha sido objeto de los estudios comunicativos, porque parecen se han orientado más a los lenguajes audiovisuales. Empero lo anterior, el estudio de la lengua en los medios y nuevos medios parece ser un objeto relevante así se ha abierto el estudio de las manifestaciones textuales, la oralización del discurso y otros fenómenos que como hemos visto en la obra de Ana Pano, Ana Mancera Rueda, Francisco Yus siguen siendo estudiados de manera dominante por lingüistas, que suelen ser los primeros en ofrecer categorías, conceptos y procedimientos que eventualmente los comunicólogos estudiarán y recuperarán.

Un aspecto importante vinculado al estudio de los lenguajes es una dimensión quizá no suficientemente desarrollada a lo largo de nuestro trabajo y que se vincula a la presencia de la pragmática como una CCL importante, que históricamente facilita el diálogo entre la lingüística y la comunicación y refleja con claridad esa preocupación contextual, enunciativa, discursiva que parece ser el lugar fundamental de encuentro entre estos dos espacios conceptuales. La propia pragmática como ciencia del lenguaje surge en un momento de tensión dentro de la lingüística; es vista con cierta desconfianza al principio por los lingüistas. De manera paralela desde la filosofía estadounidense, emergió una preocupación también pragmática que justo la semiótica recupera, y la filosofía de los actos de habla, que potencia el axioma

del “decir como una forma de hacer”, o el “decir como una forma de comunicar” que va insertar a la comunicación, ya no vinculada a la visión clásica de la retórica como herramienta complementaria o accesorio, sino fundamental. De esta manera el estudio de la significación o los lenguajes de los medios será la relación entre texto-contexto, entre la lengua y sus funciones, entre el lenguaje y el medio. La comunicación en el corazón mismo de la lengua vista sí en sus componentes formales, inmanentes, pero sobre todo en sus efectos, sus contextos, sus usos y la manera como éstos moldean a la lengua, para buscar ahí la significación, el sentido, la orientación del lenguaje en la vida social.

218

En cuanto la semiótica de los mensajes mass-mediáticos los grandes asuntos de estudio han sido sus contenidos, sus géneros, sus modalidades y recursos, para transitar después a problemáticas muy diversas en torno a las industrias mediáticas: regímenes de representación, espectacularidad, creación del acontecer y teorías del acontecimiento, las implicaciones de ciertos dispositivos o soportes que ahora se pueden estudiar desde una semiótica de las mediaciones tecnológicas, que como todo en teoría de comunicación se ha transformado a raíz del desarrollo de los nuevos medios (a veces sintetizado en la convención Internet 1.0, Internet 2.0, etcétera) y sus prácticas de significación a partir de sus elementos constitutivos como la virtualidad, digitalización, hipertextualidad, multimedialidad que son la base de una semiótica ya no restringida a los relatos o los contenidos ideológicos. La semiótica de la imagen en lo particular ha sido un área que fue importante para abrir el objeto semiótico de la lengua o la literatura hacia otras materialidades que a veces a la comunicación académica podían interesarle más (comics, carteles, revistas impresas, expresiones icónico-visuales, etcétera). En ese sentido la obra de Hodge y Kress (1998) nos parece importante porque recupera la importante contribución del lingüista inglés Michael Halliday y desarrolla el concepto de modalidad/multimodalidad para comprender cómo el estudio de los lenguajes no sólo es una cuestión de signos, funciones o gramática, sino que incluye “metafunciones” las cuales facilitan ciertos tipos de

interacción; representar ciertas ideas acerca del mundo y conectar éstas con las interacciones en textos relevantes para sus usuarios en relación con su contexto. Por ello, hoy la semiótica del código analógico deja lugar a una semiótica crítica de los discursos multimodales, lo que sintoniza también con las características de los lenguajes en los flujos de los nuevos medios. En las referencias a los estudios sobre multimodalidad hay que señalar a T. Van Leeuwen quien ha trabajado junto con Kress (1996, 2001) para desarrollar el estudio teórico de los recursos disponibles en la producción del sentido.

LA OPORTUNIDAD ETNO-SOCIOLÓGICA

219

Una de las áreas de oportunidad más importante que se abre y que aparece de manera muy general en algunos manuales es la veta socio-lingüística, la etnometodología y la etnografía de la comunicación que aparece desde hace décadas como un espacio para una teoría integrada entre lenguaje, comunicación y sociedad³⁴. Vemos, por ejemplo, en este núcleo un ejemplo de cómo la lingüística en tanto tradición puede tener su propia derivación.

Proponemos como hipótesis considerar que un espacio de diálogo entre los estudios de comunicación, la sociología y las ciencias humanas, son los “enfoques etno-sociológicos” que salieron de la antropología lingüística anglosajona; los abordajes etnológicos se interesaban por el lenguaje en tanto sistema de pensamiento o acción. Así surgió en Hymes, la idea de una “etnografía de la palabra” como nuevo tipo de investigación dedicada al estudio de la palabra en tanto fenómeno cultural.

En los enfoques etno-sociológicos, el uso de la lengua es más importante que su estructura interna; el sentido del mensaje está siempre

³⁴ Está reconocida pero no hay desarrollo ni contribuciones; por ejemplo, Gumperz y Hymes creadores de un modelo clásico en socio-lingüística (llamado por sus siglas SPEAKING), ni siquiera aparecen en la base CCDOC.

situado a partir de su contexto de uso. El punto de partida no es el código, sino una comunidad lingüística (un grupo de sujetos hablantes que poseen en común recursos verbales y reglas de comunicación) que regula y modela dichos códigos a partir de su interacción. De aquí se deduce un cierto número de ideas resumidas por Baylon y Mignot (1996, p. 266): estudiar las funciones de la comunicación mediante la observación de la manera con la que los miembros de una comunidad se sirven de sus recursos verbales y no verbales según el contexto; examinar la palabra en tanto que actividad social; tener en cuenta el uso de la lengua tanto como su estructura, y proceder a un examen de la situación del discurso.

220

Una de las posibilidades que vemos más amplia en el diálogo lenguaje-sociedad-comunicación se vincula al estudio de la lengua y el habla en la vida social, en las interacciones cotidianas, en situaciones específicas donde es posible alimentar las teorías y conocer más en específico los procesos de interpretaciones de procesos sociales. Un objeto privilegiado de gran valía es el diálogo y la conversación³⁵, y no tan valorizado por un campo que ha privilegiado las relaciones mediáticas y el sentido social o político de la comunicación. La conversación es la forma prototípica en que se manifiestan las lenguas, se actualizan y se ve su realización; la conversación es la base de muchos otros procesos como la opinión pública; conversar es un tipo de interacción pero también una actividad social donde se actualizan los códigos lingüísticos, sociales (a nivel macro y micro), culturales. En la conversación las personas nos constituimos como seres sociales, construimos nuestras identidades y damos sentido al mundo que nos rodea. En los estudios del discurso la conversación se vincula

³⁵ En la base CCDOC aparecen 21 entradas de CONVERSACIÓN, que como suele pasar en esta base posee diversos referentes: desde cuestiones teóricas (un artículo de Noe Jitrik en 1991), el concepto de “conversación” en la entrevista periodística (Francisca Robles, “El proceder narrativo en la entrevista periodística: del suceso al relato”, 2001) hasta los fenómenos como el chat (Roberto Aguirre “El potencial comunicativo del ciberespacio: la organización semiótico-social del poder en una conversación juvenil de chat” (2004).

con “análisis conversacional” con “habla en interacción” (*talk-in-interaction*); el estudio de la conversación supone describir cómo funcionan los intercambios entre los participantes en el edificio conversacional.

LA OPORTUNIDAD COGNITIVA

Desde los noventa se avizoraba la presencia de las ciencias cognitivas en las humanidades y ciencias sociales. En los estudios discursivos y semióticos han ido ganando espacio los estudios de la cognición. Por ejemplo, en *Cómo hacer análisis crítico del discurso*, su autora Neyla Pardo (2013), discípula de Teun Van Dijk dedica un espacio fundamental a la cognición como la interfaz necesaria entre los procesos mentales, el lenguaje en uso y los elementos de la estructura social. De hecho, en los objetivos de su metodología define los estudios críticos del discurso como un proyecto que persigue (2013, p. 14) “dar cuenta de las maneras como opera el lenguaje en su ineludible relación con la cognición y la sociedad, para explicitar las estructuras y estrategias que se imbrican cuando se producen, interpretan y usan los discursos en una colectividad”.

Van Dijk en *Discurso y conocimiento* (2016) hace una aproximación sociocognitiva; mucho antes en el texto compilado *El discurso como estructura y proceso* (2000) donde aborda más formalmente a la cognición como elemento constitutivo en las teorías del discurso. En sus textos sobre teorías del contexto ha abogado por un necesario carácter socio-cognitivo, en estas teorías Van Dijk explica cómo los participantes adaptan (producción-recepción-interpretación) del discurso a la situación comunicativa; se trata de profundizar en los mecanismos de procesamiento; entre el contexto y la producción de estructuras verbales y cognitivas se requiere una interfaz socio-cognitiva. No es la situación social la que incluye en la producción verbal, sino su representación mental.

De cualquier manera las contribuciones de las ciencias cognitivas parecen provenir de las ciencias naturales, de la biología y la neurología. La lingüística, por su parte, ha desarrollado una tradición particular en

el rótulo lingüística cognitiva. En el caso de la comunicación conviene reconocer la obra de Manuel Martín Serrano³⁶ o más reciente, la de Vivian Romeu³⁷ quienes intentan releer el fenómeno comunicativo y sus procesos de significación en clave de las ciencias biológicas para estudiar si la comunicación es intencional o no, si las diferencias emisorra-perceptivas de signos y señales generan procesos diferentes, etcétera. Es cierto que dentro de la etología se ha estudiado cómo los animales se “comportan” y se comunican o intercambian signos con valor informativo, pero lo que aquí se levanta es la posibilidad de una teoría biológico-comunicativa que aborde las características de los procesos de significación en el mundo natural, sus correspondientes y los trasvases entre sistemas semióticos. Aquí participa inevitablemente la bio-semiótica que aunque ya existía en la campo semiótica (véase la obra de Thomas Sebeok por ejemplo), la comunicación no lo miraba (y sigue en parte sin hacerlo) en absoluto. Hoy sabemos que esa base, como Vidales y Romeu lo han mostrado en el específico campo mexicano tiene pertinencia y es de hecho necesaria para dar respuesta teórica a algunas interrogantes, para las cuales muchas veces los profesores de teorías de comunicación responden con lugares comunes sin problematizar, por ejemplo, el problema de la intencionalidad, del símbolo, de la comunicación “intrapersonal”, entre otros.

LA INSOPORTABLE LEVEDAD DE LOS SOPORTES

Las teorías de comunicación y las preocupaciones académicas en América Latina no dieron mucha importancia en su evolución histórica al estudio del medio. Se asociaba al “análisis del canal” ya ubicado como un área de estudio en el famoso “paradigma de Lasswell” de finales de los cuarenta. En los sesenta por varias razones la obra de McLuhan

³⁶ Cfr. *Teoría de la comunicación. la comunicación, la vida y la sociedad*, Madrid. McGraw Hill, 2007.

³⁷ Cfr. *El fenómeno comunicativo*. México: Nómada, 2018

fue desdeñada y malinterpretada por una lectura desde cierta pretensión inmediateista del medio (“el medio es el mensaje”). La llegada de las nuevas tecnologías, la apertura de los paradigmas críticos permitió la inclusión de una nueva visión para lo que podemos llamar “teorías del medio”, o también conocidas como “teorías ecológicas”. Al margen de la evolución de esta corriente (que de hecho no aparece referida en la tipología de Craig, ni en la de Galindo et al.), la semiótica tradicional de la comunicación colectiva tuvo preocupación por el estudio de las materialidades pero no necesariamente desarrolló una teoría de ello, como comienza a hacerse ahora de las nuevas aplicaciones en las tecnología de información. La visión dicotómica del signo en la tradición francófona implica de hecho el estudio central de la materialidad: *significante-significado*, como una necesaria relación del proceso significativo entre lo presente y lo ausente como lo recuerda Eco desde *La estructura ausente* y donde definía a la comunicación como “la ausencia de una presencia”. El problema es que la materialidad no aparece como un estudio aislado en los manuales de semiótica³⁸ como en otro tipo de estudios, y se ubica de manera transversal como algo *per se*.

223

Si hurgamos en algunos temas clásicos dentro de los estudios del discurso, pero sobre todo de la semiótica, podemos encontrar elementos que coadyuvan hacia una teoría de las materialidades y los soportes, por ejemplo los estudios sobre intertextualidad que es un tema clásico en los estudios semiótico-discursivos y donde la operación de trasvase de un código a otro es fundamental, con ello se analizan los tipos de relación textual originalmente entre textos de la misma cultura y el estudio de procesos entre textos contemporáneos o históricos, etcétera; de hecho las teorías de géneros abonan para considerar la relación entre textos parecidos y homogéneos, o diversos y distintos, en donde la obra de Mijail Bajtin es de particular importancia. Si bien no es la cultura de masas la que inaugura los trasvases entre distintas materialidades (exis-

³⁸ A manera de ejemplo puede verse de Chandler D. *Semiotic for beginners* (2001), o Jean Marie Klinkenberg *Manual de Semótica* (1996/ 2004).

ten por ejemplo pinturas que aluden a la figura del Quijote) o esferas de producción entre la misma cultura, (existen sinfonías de Beethoven que recuperan motivos de música popular o vernácula), con la cultura de masas se acelera un mecanismo que supera lo textual, verbal y literario para acceder también a una intertextualidad audiovisual y electrónica, lo que facilita trasvases y préstamos, además que permite una difusión masiva. Las dinámicas de lenguajes y soportes prosiguen con los nuevos medios; en esta nueva etapa de evolución de las ecologías comunicativas, vemos, por ejemplo, los aportes de Carlos Scolari³⁹ que aunque ya se demarcó de cierto paradigma semiótico (como lo hizo hasta la publicación de *Hacer clic. Hacia una sociosemiótica de las interacciones digitales*, 2004), late la preocupación semiótica como el estudio de las relaciones entre el usuario, el dispositivo y el soporte tecnológico para comprender la significación y el sentido, ya no del “mensaje” o del “flujo” sino de la experiencia con la interfase en tanto espacio de producción-articulación de servicios, interacciones y flujos.

De los varios ejemplos sobre el estudio de los soportes y del tipo de relación que se genera entre industrias, flujos y usuarios, podemos citar el caso de José Luis Fernández y su trabajo de la mediatización sonora y radiofónica donde estudia estos procesos entre componente físico, el mensaje comunicativo, el dispositivo tecnológico y las nuevas interacciones. En suma, las investigaciones más integradas sobre el mensaje, el dispositivo y la mediación propiamente generan un campo propicio en el que tanto en el trabajo de José Luis Fernández⁴⁰ como otros (por ejemplo el musicólogo de origen mexicano Rubén López Cano) han hecho aportaciones que parecen dar cuenta del camino a seguir por los

³⁹ Cfr. *Leyes de la Interfaz. Diseño, ecología, evolución, tecnología*, Barcelona, Gedisa, 2018.

⁴⁰ Es argentino, doctor en ciencias sociales. No resulta casual que, dentro de Hispanoamérica, Argentina sea un país en particular importante, con un mayor desarrollo de la semiótica, por ejemplo, del que ha tenido México. Fernández es director de una interesante revista LIS que aborda el tema de la mediatización. Entre sus obras podemos citar *Postbroadcasting. Innovación en la industria musical* (Coord.) (2013); *La construcción de lo radiofónico* (ed) (2008).

estudios semióticos y en los que la comunicación puede encontrar interés al respecto; de hecho Fernández llama a su seminario de doctorado “socio semiótica de las mediatizaciones” donde podemos ver ya no hay una separación entre la semiótica del mensaje, del canal y del receptor, sino que de manera integrada se consolida un marco explicativo que problematiza la vida discursiva, mediática y cultural donde dicha mediatización tiene cabida.

PORQUE DE LO POSIBLE NO SIEMPRE SE SABE DEMASIADO

225

En otras ocasiones de nuestro trabajo, hemos jugado con el verso de una canción del canta-autor cubano Silvio Rodríguez⁴¹ porque a veces de lo que creemos o suponemos, es más de lo que realmente hemos verificado. Nuestro trabajo es una muestra de ello, en el sentido que nos hemos movido entre algunos dispositivos y la posibilidad —a este momento aún muy general— de su posible interpretación, para resarcir quizá algo de los equívocos durante nuestra formación, y sobre los prejuicios que históricamente hemos visto de las aplicaciones de los estudios semiótico-discursivos en la comunicación. Un método de avance, aparte de lo que hemos bocetado en este trabajo, es el diálogo entre las corrientes, tradiciones y teorías, para que de esa manera la relación entre lo posible y lo imposible, entre lo que sabemos y aquello que sospechamos sea mayor.

En ese sentido nos parece muy sugerente un ejercicio, quizá único, que proviene del texto de Robert Craig (1999, pp. 132-134) que hemos citado y quien realiza él mismo un ejercicio de diálogo a partir de los argumentos fundamentales de cada una de las siete tradiciones fundaciones que él identifica como “clásicas” en comunicación. Se trata ciertamente de una construcción instrumental, más que un debate

⁴¹ Nos referimos a la canción “Resumen de noticias” que aparece en uno de los primeros discos del cantautor: *Al final de este viaje*.

esencialista, en el caso de la tradición semiótica lee a la comunicación en claves de mediación intersubjetiva a través de signos, en ese sentido —siguiendo con la argumentación del autor— así los problemas de la comunicación se teorizan como malentendidos o brechas entre puntos de vista subjetivos; el metadiscurso dominante de esta tradición se caracteriza por términos como “signos”, “símbolos”, “iconos”, “índices”, “significados”, “referente”, “código”, “lenguaje”. En la metáfora de la “conversación” (que también nombra metadiscurso) que usa Craig y supone debates entre “tradiciones”, él reconoce cuáles son sus lugares comunes o argumentos fundamentales, que en el caso de esta interpretación de la comunicación —quizá muy fenomenológica en ese sentido— puede ser el problema de la comprensión compartida, o el peligro de un prolongado malentendido que ha caracterizado la difusión y divulgación de las teorías en comunicación.

En una segunda gráfica Craig (p.134) avanza su ejercicio explicativo y propone ahora los argumentos de los Metadiscursos o conversaciones. Así obtenemos un listado de problemas o ejes de discusión en esta primera lectura del gráfico que las tradiciones podrían reprochar o criticar a la semiótica; colocamos a manera de ejemplo tres de las siete tradiciones referidas por Craig (p. 134). Por ejemplo, la tradición retórica podría criticar a la semiótica la visión que ésta tiene de la retórica cuando en realidad todo signo puede entenderse necesariamente retórico. O bien, las críticas que la fenomenología podría hacer de la semiótica más estructuralista en el sentido de señalar que estas dicotomías lengua-habla, significado-significante son falsas, ya que en realidad todo lenguaje crea un mundo no reducible a éstos. Finalmente, Craig imagina que la cibernética también podría reprochar a la semiótica que el estudio del significado consiste en la relación funcional dentro sistemas de información dinámico. Estos en suma son argumentos que disparan discusiones, diálogo u obligan a aclarar y explicitar los sentidos comunes.

Por su parte, siguiendo con el ejercicio, la semiótica podría replicar a la retórica que en realidad no es que los seres humanos usen signos, sino que estos nos usan a nosotros; o a la fenomenología en el sentido de

considerar que el “self” y otros conceptos se encuentran semióticamente determinados por la posición de los sujetos y existen sólo en/como signos; o “contra” la cibernética al señalar que explicaciones funcionalistas ignoran sub-entidades de los sistemas sígnicos.

En suma, este análisis metateórico tiene la habilidad de reconstruir metadiscursos y argumentos que permiten ver la funcionalidad, flexibilidad y capacidad explicativa de cada tradición, donde como bien señala Craig, no se trata quién tiene la razón, cuál es más consistente, o cuál es ideológicamente “correcta”, sino cómo se comporta o funciona en el sistema más amplio de las teorías de comunicación, qué vasos comunicantes, o qué espacios semánticos se cubren. En el caso de la tradición semiótica-lingüística-discursiva resumimos esos núcleos como espacios de encuentro entre tradiciones, en las que por lo general nos hemos centrado en la dirección que va de estas tradiciones a los estudios académicos de la comunicación, y no viceversa (si las ciencias del lenguaje toman conceptos o métodos de los estudios comunicativos). Esta dirección de hecho ha sido el método de estudio, lo que permite concluir que el estudio de comunicación se toma más como lugar de llegada que de partida. Ello quizá se deba a su “juventud” como área de estudio en relación con otras (sociología, ciencia política, etcétera), pero también por el nivel de consistencia y desarrollo teórico.

227

La mirada a la base CCDOC nos ha presentado hallazgos a nivel de autores básicos como la presencia en la obra de Jürgen Habermas encima de la de Teun Van Dijk (con 3 entradas) autor que, desde los estudios literarios y la lingüística, construye una propuesta para estudiar los medios masivos y sus discursos; es este singular autor (Cfr. 1990, 1994, 1997); o el caso de Eliseo Verón a quien incluso se ha considerado como uno de los “padres fundadores” del pensamiento de la comunicación (4 entradas). Esta mirada a la base nos permite reconocer a nivel de “disciplinas” tradicionales que la lingüística aparece con un porcentaje un poco menor a otras⁴² que con presencia; mejor incluso le va a

⁴² En un recuento que hemos hecho de distintas disciplinas nos ha arrojado en la

la semiótica. En ese sentido conviene también una segunda pregunta con respecto al grado de formalización y desarrollo al interior, más allá de la frecuencia simple de su aparición. En cuanto los objetos de la base, como podrá suponerse el objeto “medios” es el que notoriamente más aparece⁴³ por encima de interacción o expresión y mensajes que podrían considerarse palabras claves cercanas a la tradición de estudio. En ese sentido creemos que el pensamiento y la investigación de esta tradición de estudio se ha hecho en otros campos, disciplinas o áreas de estudio como la filosofía (lógica, filosofía del lenguaje y estética como disciplinas filosóficas particulares), la antropología, la lingüística y que al ser la comunicación un lugar de recepción, más que de producción, su desarrollo es básico; lo que explicaría cierta tendencia a repetir los “autores clásicos” en lugar de atender o incorporar nuevos desarrollos conceptuales.

Así la tradición tiene una forma de estar, una presencia, aunque básica si no se quiere usar el término “escasa” (si consideramos comparativamente los datos arrojados por la base CCDOC), pero que no deja de estar presente y de alguna manera reivindica su papel como tradición. En el caso de Craig, no ha usado el concepto “lingüística” en cambio usa el de “retórica” lo que puede también considerarse como una “disciplina comunicativa” por su preocupación práctica, su interés por las reacciones o el receptor, por su uso instrumental de un lenguaje destinado a ciertos fines (y que explicara el desprestigio del que gozó durante siglos dentro de la filosofía), y lo que por otra parte también nos ayudan a explicar —como lo hemos presentado en algunos casos— los debates de lingüistas que han querido aplicar su formación a los estudios de comunicación social, y lo que eventualmente algunos investigadores

búsqueda Política: 1470; Economía: 259; Semiótica: 249; Sociología 230; Psicología: 124; Lingüística: 91; Psicología social: 23; Ciencia Política: 36; Ingeniería: 13; Matemáticas: 6.

⁴³ Las palabras claves que buscamos son las siguientes: Medio: 1998; Interacción: 204, Expresión: 194; Opinión Pública: 171; Comunicación Interpersonal: 176; Comunicación Organizacional: 153; Efectos: 139; Significación: 104; Mensaje: 83.

en comunicación usan de la lingüística para producir información y conocimiento.

En suma, suponemos que la tradición proseguirá con relativa lentitud y no necesariamente dentro de lo que podríamos considerar el objeto deseable: el discurso o procesos de significación en los nuevos medios. De las 26 entradas con el descriptor “Nuevos Medios”, solo hay 2 que aluden a “Discurso” y ninguna “Semiótica”. No parece que los estudios académicos de la comunicación se conviertan en lugares productores de teorías, ya que por lo general su papel ha sido recibirlas, aceptarlas con la flexibilidad y apertura que caracteriza un campo que cuando asume un objeto o un autor, suele hacerlo de manera diferenciada y diversificada (como el caso señalado de Habermas) aun cuando, en contraparte, referencias fundamentales en la fuente, como el caso de Van Dijk, casi no aparecen. Así entre luces y sombras, contradicciones y signos de mínimo optimismo es que la producción de conocimiento de la tradición tiene carta de ciudadanía, pero dista —si se nos permite el ejercicio metafórico— de adquirir la mayoría de edad. Ello no preocupa a humanistas y cientistas sociales quienes, por lo general, al usar objetos y métodos discursivos, lingüísticos o semióticos de posible vínculo con la comunicación, no suelen ir a las asociaciones comunicativas, sino a otras como las de lingüística, pragmática, estudios del discurso, semiótica que puede haber nacional, regional o internacionalmente. Aquí queda una tarea que podrán tomar las organizaciones comunicativas (mediáticas o no) con respecto a generar diálogos más formales, estructurados y sistemáticos con esos otros campos, organizaciones o disciplinas lo que redunde en incrementar la significatividad de la conversación (o metadiscurso) a partir de los objetos comunicativos. En la historia de las revistas comunicativas se han dado algunos ejercicios útiles, como el número que en los ochenta la entonces joven revista de FELAFACS (Federación latinoamericana de facultades de comunicación)⁴⁴ generó sobre el

⁴⁴ Ver la Revista *Diálogos de la Comunicación* N° 22 de 1988. El capítulo de México por cierto lo hace alguien no vinculado al campo de la comunicación, el profesor Adrián Gimete Welsh.

estado de la semiótica en la región; o bien el anuario de la Asociación Mexicana de Investigadores de la Comunicación que hizo en 2009⁴⁵ uno de cuyos capítulos fue dedicado a la tradición semiótico-discursiva. Ciertamente el reto de estos esfuerzos, aunque aislados en el tiempo, porque no se hacen con frecuencia y aparecen muy eventualmente, los consideramos necesarios, pero tienen que sistematizarse y usar para ello herramientas de medición y análisis mucho mayores a las usadas en este ejercicio, generar bases de datos más confiables, precisar los descriptores y perfeccionar los motores de búsqueda.

230

En nuestro ejercicio hemos querido generar hipótesis de partida y de trabajo, para identificar diálogos conceptuales que existen, áreas de oportunidad que están ahí (por ejemplo, el potencial de los estudios sobre conversación, diálogo) y que depende de los agentes del campo (investigadores, académicos principalmente) desarrollar y promover dentro de esa preocupación que al menos en la región latinoamericana ha sido una constante respecto a vincular la investigación con la realidad social, con la resolución de problemas, con la comprensión de formas alternativas y siempre con una posición crítica respecto a las instituciones dominantes. AMIC

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Baylon, C. y Mignot X. (1996). *La comunicación*, Madrid: Cátedra.
- Craig, R. (2008) Communication in the conversation of disciplines. *Russian Journal of Communication*, 1 (1) 7-23.
- Craig, R. (2007). Pragmatism in the field of communication theory. *Journal of The International Communication Association*, 17, 124-145. NY: Blackwell.
- Craig, R. (1999). Communication theory as a field. *Communication theory*, 9(2), 119-161.

⁴⁵ Nos referimos a Vega A. (coord.) (2009) *La comunicación en México. Una agenda de investigación*, México: UNAM, UJAT, UABC, AMIC.

- Craig, R. (1993). Why Are There So Many Communication Theories? *Journal of Communication* 43(3).
- Douzet, M.T. (2007). La tradición en la hermenéutica de Hans Georg Gadamer. En *Revista CUHSO*, 13 (1), Temuco (Chile) Universidad Católica de Temuco.
- Fernández, F. y Yépez M. (comp.) (1984) .*Comunicación y Teoría Social. México*. México: UNAM.
- Fuentes Navarro, R. (1988). *La investigación de Comunicación en México. Sistematización documental 1956-1986*. México, EdiCom.
- Fuentes Navarro, R. (1995). *La investigación de la comunicación en México. Sistematización documental 1986-1994*. México: U de G / ITESO.
- Fuentes Navarro, R. (2003). *La investigación académica sobre comunicación en México. Sistematización documental 1995- 2001*. México: ITESO.
- Fuentes Navarro R., y Vidales (2011). *Fundaciones y fundamentos del estudio de la comunicación*. Monterrey, Nuevo León: CAIEPL.
- Galindo J., Karam T., Rizo M. (2005). *Cien libros. Hacia una comunicología posible*. México: UACM.
- Galindo, J. (coord.) (2008) *Comunicación, ciencia e historia. Fuentes científicas históricas hacia una comunicología posible*. Madrid: McGraw Hill.
- Galindo J (2008b) Hacia una comunicología posible en México. Los planes de estudio, la bibliografía y las teorías de la comunicación. En: Chávez G. y T. Karam (coord.) *El campo académico de la comunicación. Una mirada reflexiva y práctica*, 81-108. . México: PRAXIS.
- García L. (2007). *Las Teorías de la Comunicación en España un mapa sobre el territorio de nuestra investigación (1980-2006)*. Madrid: TECNOS.
- González Reyna S., y T. Karam (2009). La semiótica, el discurso y el lenguaje en los estudios de comunicación. En: Vega, A. (coord.) *La comunicación en México. Una agenda de investigación*, 135-164. México: UNAM, CEIICH, UJAT, UABC, AMIC.
- Goutman A. (2000). *Lenguaje y Comunicación*. México: UNAM.

- 232
- Haidar, J. (2006). *Debate CUE-Rectoría. Torbellino pasional de los argumentos*. México: UNAM.
- Hodge, R. and G. Kress. (1988). *Social Semiotics*. Cambridge: Polity.
- Karam, T. (2004) Notas para una historia (im) posible: Revisión teórica y metodológica de los estudios sobre Discurso, Análisis del discurso y Ciencias de la Comunicación en México. En: Martell, L. (comp.) *Hacia la construcción de una ciencia de la comunicación en México. Ejercicio Reflexivo 1979-2004*, 63-83. México: AMIC.
- Kress, G., and Van Leeuwen, T. (1996). *Reading Images: The Grammar of Visual Design*. London: Routledge.
- Kress, G. and Van Leeuwen, T. (2001). *Multimodal Discourse: The Modes and Media of Contemporary Communication*. Arnold: London.
- Littlejohn, S. W. y K.A. Foss (eds.) (2009). *Encyclopedia of communication theory*. Thousand Oaks California: SAGE.
- López V. (1984). Hacia un marco de referencia de la pragmatolingüística. En: Fernández, F. y Margarita Yépez (comp.) *Comunicación y Teoría Social*, 275-288. México: UNAM.
- Nethol, A.M. (1978). Lingüística y Comunicación social. En: *Comunicación y Cultura* 6, 187-196. México: UAM-Xochimilco.
- Pardo, N. (2013). *Cómo hacer análisis crítico del discurso. Una perspectiva latinoamericana*. 2ª ed. Bogotá, Universidad Nacional de Colombia.
- Rizo, M. (2004). Interacción y Comunicación. En: Martell L. (coord.) *Hacia la construcción de una ciencia de la comunicación en México*. México: AMIC.
- Rizo, M. (2006). Monográfico. Manuales de teorías de la comunicación: análisis desde la comunicología. Barcelona. *Portal del INCOM*. Recuperado de <http://www.portalcomunicacion.com/>
- Van Dijk, T. (1978). *La ciencia del texto*. Barcelona: Paidós.
- Van Dijk, T. (1990). *La noticia como discurso. Comprensión, estructura y producción de la información*. Barcelona: Paidós.
- Van Dijk, T. (1998). *Estructuras y funciones del discurso*. México: Siglo XXI.

- Van Leeuwen, T. (2005). *Introducing Social Semiotics*. New York: Routledge.
- Vidales, C. (2013). *La emergencia del relativismo teórico en la investigación en comunicación: los sistemas semióticos y comunicativos de producción, reproducción y actualización de sentido*. Tesis de Doctorado en Estudios Científico-Sociales. Guadalajara, Jal.: ITESO.
- Vidales, C. (2013b). *Comunicación, semiosis y sentido*. Salamanca: Comunicación Social Ediciones y Publicaciones.
- Vidales, C. (2010). *Semiótica y teoría de la comunicación*. 2 tomos. México: Monterrey Nuevo León: CAEIP.

Las y los autores de este número

Aguilar, Sergio

Maestrante en Comunicación por la UNAM. Miembro del Seminario Permanente de Análisis Cinematográfico. Ha sido profesor de asignatura en la Universidad Autónoma de Yucatán y la Universidad Tecnológica Metropolitana. Actualmente desarrolla una tesis sobre el falso documental. Sus áreas de interés son el cine documental, el cine pornográfico, el cine de terror, el psicoanálisis y la filosofía del cine. Email de contacto: sergio.aguileralcala@gmail.com

235

Batista, Joao

Doutor em Comunicação e Semiótica pela PUC/SP, com pós-doutorado em Comunicação pela ECA-USP. Professor no Programa de Mestrado Profissional em Comunicação da USCS e professor no Centro de Comunicação e Letras da Universidade Mackenzie. Email de contacto: jbfcardoso@uol.com.br

Chávez, Elsa

Licenciada en Comunicación por la BUAP, maestra en Tecnología Educativa por UPAEP, docente de Lenguaje en BUAP y Escuela Superior de Ciencias y Humanidades en Puebla, México. Participación como ponente en AMIC (Asociación Mexicana de Investigadores de la Comunicación) y ALAIC (Asociación Latinoamérica de Investigadores de la Comunicación). Email de contacto: elsachavezalvarez@gmail.com

Colón, Eliseo

Es catedrático, investigador y profesor de Semiótica, Comunicación y Estética, Discurso Publicitario y Estudios Culturales, en la Escuela de Comunicación de la Universidad de Puerto Rico, de la cual fue su director de 1999 a 2013. Cursó sus estudios universitarios en periodismo en Duquesne University, en Pittsburgh, Pennsylvania, EE.UU. Luego obtuvo sus grados de maestría (M. A.) y doctorado (PhD.) de la University of Pittsburgh. Ha sido profesor y conferenciante visitante en la Pontificia Universidad Católica de São Paulo (Fulbright Research-Scholar), la Universidad Autónoma de Barcelona, el Instituto de Estudios Superiores de Occidente, ITESO, Guadalajara, México, la Universidad de la Plata, Argentina, la Universidad de Málaga y la Universidad de Sevilla. Entre los títulos de sus libros se encuentran: 1) *Matrices culturales del neoliberalismo: una odisea barroca*, Salamanca: Editorial Comunicación Social, 2013; 2) *Medios Mixtos: Ensayos de Comunicación y Cultura*, Río Piedras: Editorial Plaza Mayor, 2003; y, 3) *Publicidad y Hegemonía, Matrices Discursivas*. Buenos Aires: Editorial Norma, 2001. Es autor de artículos científicos y ensayos sobre temática de comunicación y cultura, publicados en revistas especializadas y periódicos. Además, es miembro de comités científicos y editoriales de varias revistas especializadas sobre temas de comunicación. Es miembro activo de asociaciones y organismos internacionales tales como la Asociación Latinoamericana de Investigadores de la Comunicación, ALAIC, y la Federación Latinoamericana de Semiótica, FELS.
Email de contacto: eliseo.colon@upr.edu

236

Del Prado, Rogelio

Miembro del Sistema Nacional de Investigadores, Nivel 1. Cuenta con un Posdoctorado en Ética de la Comunicación en la Universidad de Sevilla, España y la Universidad Anáhuac México. Autor del Libro *Ética de la Comunicación*, Editorial Gedisa. Autor del libro *Políticas para la justicia y la comunicación. Más allá del pragmatismo y la deconstrucción*.

Coordinador de los libros: *Ética y los derechos de las audiencias*; y de *Ética y redes sociales*. Es profesor investigador de la Facultad de Comunicación, del Centro de Investigación para la Comunicación Aplicada (CICA), y del Doctorado en Investigación de la Comunicación. Su formación académica consiste en un Doctorado, Maestría y Licenciatura en Filosofía, realizados en la Facultad de Filosofía de la UNAM, con Menciones Honoríficas. Recibió la Medalla de Plata Alfonso Caso por ser el alumno más distinguido en Posgrado en el año 2004. Email de contacto: rogelio.delprado2@anahuac.mx

Karam, Tanius

237

Doctor en ciencias de la información por la Universidad Complutense de Madrid. Miembro del Sistema Nacional de investigadores N-2 (CONACYT). Actualmente es profesor-investigador de la Academia de Comunicación y Cultura de la Universidad Autónoma de la Ciudad de México. Sus líneas de investigación han sido: (a) Análisis del discurso, análisis semiótico aplicado al estudio de los lenguajes de distintos entornos comunicativos (medios, nuevos medios, organizaciones); (b) Teorías de la comunicación, historia de las ideas en comunicación, aplicaciones a la comunicación estratégica, (c) Análisis de culturas populares en relación con industrias mediáticas y de entretenimiento.

Algunas de sus últimas publicaciones son: (co-editor) *Música, ciudad y subjetividad*. 2015; (co-editor) *Discurso y comunicación (e-book)*, 2014; (co-autor) *Trova Yucateca como experiencia de recepción y consumo cultural en las familias yucatecas*, 2013, entre otras. Es también colaborador en las revistas especializadas de comunicación *Zócalo* y en el espacio *Univisión Noticias*, en donde ha escrito sobre medios de comunicación, sociedad y política en México. En la revista *Nexos* realiza análisis sobre series de televisión y películas. Email de contacto: tanius@yahoo.com

Mayumi, Cristiane

Mestre em Comunicação pela Universidade Municipal de São Caetano do Sul (PPGCOM-USCS). Email de contacto: cristiane.mayumi@gmail.com

Mendes, Laan

Periodista y redactor. Licenciado en Artes Plásticas. Máster en comunicación social por la Universidad Metodista de São Paulo. Doctora en Ciencias de la comunicación por la CEPAL-USP, con el post-doctorado en comunicación y cultura de la Université Stendhal-Grenoble 3. Profesor del Departamento de comunicación (DCSO) de la Facultad de arquitectura, artes y comunicación de la Universidad Estatal Paulista “Júlio de Mesquita Filho”—FAAC-UNESP. Profesor e investigador del programa de post-graduación en comunicación (máster y doctorado) en la misma institución. Coordinadora de la GT “comunicación y experiencia estética” de Compós—(Asociación Nacional de programas de posgrado en comunicación) y Vice del GT 14 “discurso y comunicación/discurso y comunicaciones” de ALAIC (Asociación Latinoamericana de Investigadores de la comunicación). Coordina el grupo de investigación Midiasthesis—mediatized cultura y experiencia estética y desarrolla la investigación sobre los siguientes temas: epistemología y medios. E-mail de contacto: laan.m.barros@unesp.br

238

Romeu, Vivian

La Habana, Cuba, 1970. Doctora en Comunicación por la Universidad de La Habana. Actualmente es profesora-investigadora de la Universidad Iberoamericana y directora de la Revista Iberoamericana de Comunicación. Miembro del Sistema Nacional de Investigadores, nivel II; de la Red Internacional de Investigadores sobre la Frontera (RIIF); de la Asociación Mexicana de Investigadores en Comunicación (AMIC); de la Asociación Latinoamericana de Estudios sobre el Discu-

so (ALED); del Programa de Estudios Semióticos (PES-UACM). Áreas de investigación: epistemología de la comunicación, comunicación y evolución, emociones, arte y estética, comunicación intercultural, representaciones sociales, semiótica y análisis del discurso. Ha publicado libros y artículos académicos en revistas nacionales e internacionales. Correo electrónico: vromeu.romeu@gmail.com

Vera, Sandra

Miembro del Sistema Nacional de Investigadores nivel 1 y Académico de tiempo completo en la Universidad Iberoamericana. Doctora en Ciencia Política de la Universidad de Toulouse 1 y del Instituto de Estudios Políticos de Toulouse. Su trabajo de investigación se basa en la sociología de la comunicación, la sociología del periodismo y la comunicación política desde una perspectiva principalmente bourdiana. Su tesis doctoral, basada en un análisis de las transformaciones del periodismo de celebridades y su incidencia en la agenda política francesa desde 1945 hasta el 2008, fue premiada por el Instituto Varenne con un premio a la publicación. El libro que se derivó de la tesis, publicado en 2013, fue premiado a su vez por la asociación profesional Les Assises du Journalisme. Sus investigaciones más recientes se encuentran publicadas en las revistas más importantes del campo de la comunicación como *New Media & Society*, *Journal of Communication*, *International Journal of Press/Politics*, etcétera, basadas en un proyecto comparado de periodismo local entre Francia y Estados Unidos. Email: sandra.vera@ibero.mx

Lineamientos y normas generales para la recepción de originales

- Todas las colaboraciones serán recibidas exclusivamente en el correo electrónico ric@uiadigital.net y por ese medio se ofrecerá retroalimentación a los colaboradores.
- Todas las contribuciones deberán ser originales y cumplir con las normas editoriales aquí expresadas para poder ser sometidas al proceso de dictaminación correspondiente.
- Todos los artículos postulados para la RIC serán sometidos a un proceso ciego de evaluación por pares académicos. La fase de evaluación consta de dos momentos: el primero donde se somete el texto a dictamen por dos especialistas, y en caso de ser necesario un momento segundo, donde se somete el texto a la evaluación de un tercer dictaminador. Si en el primer momento el texto es evaluado positivamente por ambos dictaminadores, el texto será propuesto para su publicación. En caso de haber un dictamen positivo y otro negativo, se enviará el artículo, para su evaluación, a un tercer especialista. Si este último dictamen es positivo, el artículo será propuesto para su publicación; si es negativo, se declinará. Sin excepción, el o los autor/es de los textos propuestos para publicarse –si es el caso– deben atender las recomendaciones, sugerencias y condicionamientos señalados por los dictaminadores. En casos de controversia por parte del o los autor/es respecto a algún tipo de inconformidad con los dictámenes finales, ésta será resuelta por el Comité Editorial, que es quien puede decidir si un texto se publica o no, aun cuando no posea el mínimo de dos dictámenes positivos exigidos. Es preciso que en la controversia

241

interpuesta por el o los autor/es, éste/éstos ofrezcan evidencia suficiente y argumentada para sustentarla, de lo contrario no será tomado en cuenta su caso como un caso de controversia.

242

- El artículo o reseña que se postule para la RIC no deberá ser postulado para ninguna otra publicación o revista de forma simultánea.
- El envío de cualquier colaboración implica la aceptación de todo lo que se establezca en las presentes normas editoriales, así como la autorización para que el trabajo sea publicado en los diversos medios en los que se difunde la RIC.
- Todas las colaboraciones aceptadas para publicar deberán ser sometidas a un proceso de corrección de estilo y su publicación estará sujeta a la disponibilidad de espacio en cada número.
- Para la presentación de un *dossier*, el proponente debe indicar en no más de una cuartilla el tema u objeto de estudio a tratar, la importancia o relevancia del mismo para el campo académico de la comunicación y los posibles autores de los textos que lo compondrían. Es deseable, en lo posible, incorporar también los títulos tentativos de dichos textos.
- El formato de presentación y recepción de los textos será word (.doc o .docx), tamaño carta, con tipografía Times New Roman a 12 pts; 1.5 de interlineado y márgenes iguales de 2.5 cm por lado.
- Los títulos de películas y textos se presentarán en cursivas y, de preferencia, en español; se indicará también su nombre en el idioma original.
- Las imágenes sólo serán aceptadas en formato .jpg en blanco y negro con una profundidad de 300 dpi.
- Cada texto deberá estar acompañado por un resumen de no más de 200 palabras y su traducción al inglés. Asimismo se agregarán 5 términos clave sobre el tema del escrito en cada idioma. En el texto también se debe señalar la sección para la que se propone dicho original.
- El nombre del documento deberá indicar el primer apellido del autor, sus iniciales y el nombre abreviado del artículo.

- Todos los originales deberán tener un documento anexo que contenga todos los datos de localización del autor, su adscripción actual y una reseña curricular breve de no más de 150 palabras.
- La extensión de los artículos no deberá exceder las 30 cuartillas, incluida la bibliografía, siendo el mínimo 18.
- Los textos para las secciones Entrevistas y Reseñas no deben exceder las 30 y 10 cuartillas, respectivamente; y deben seguir el formato indicado en las Normas para la presentación de reseñas críticas.
- De acuerdo con la cantidad de artículos recibidos, pedimos a los autores considerar un mínimo de seis meses a partir de la recepción del artículo para recibir una notificación final del resultado.

243

NORMAS PARA LA PRESENTACIÓN DE RESEÑAS CRÍTICAS:

- Las reseñas deben de tener la naturaleza de comentario crítico referido al contexto académico en el que se inscribe la obra.
- Deben ofrecer una presentación breve del contenido de la obra reseñada.
- Deben destacar la relevancia de la obra para el campo académico y su pertinencia dentro de uno de sus nichos de investigación.
- Es deseable que contengan un análisis de la discusión académica en la que se inserta la temática de la obra reseñada y destaquen las aportaciones del texto en su área de conocimiento.

NORMAS PARA LA PRESENTACIÓN DE ENTREVISTAS:

- Deben ir acompañadas de una breve introducción del tema u objeto de la entrevista y reseña académica del entrevistado.

NORMAS PARA PROPONER TRADUCCIONES:

- Deben ir acompañadas de los datos del traductor, así como de las referencias bibliográficas del texto traducido.
- No hay límite de páginas para las traducciones.

ISSN: 1665-1677 NO.37



9771665167377