

RUBÉN DITTUS

# El ojo semiótico

Ensayos contemporáneos sobre Medios,  
Imagen y Discurso

amazon

RUBÉN DITTUS

EL OJO SEMIÓTICO

EL OJO SEMIÓTICO  
Ensayos contemporáneos sobre Medios,  
Imagen y Discurso

© 2019, Rubén Dittus B.  
Todos los derechos reservados  
Primera edición: junio de 2019

ISBN-10: 1071237446

ISBN-13: 978-1071237441



Libro editado por Kindle Direct Publishing (KDP)  
Distribuido y comercializado por Amazon.com  
Impreso en U.S.A.

Queda prohibida, sin autorización escrita de los titulares del *copyright* (©), bajo las condiciones establecidas por las leyes, la reproducción total o parcial de esta obra por cualquier medio o procedimiento, comprendidos la fotocopia y tratamientos informáticos, así como la distribución de ejemplares de la misma mediante alquiler o préstamos públicos.

## ÍNDICE

- 5 *Presentación*
- 8 Capítulo 1: La tesis del ojo semiótico
- 18 Capítulo 2: El imaginario social y su aporte a la teoría de la comunicación
- 29 Capítulo 3: La opinión pública y los imaginarios sociales
- 40 Capítulo 4: La construcción del mito mediático: auge del nuevo héroe trágico
- 50 Capítulo 5: El movimiento estudiantil en la tesis del contrato de lectura
- 61 Capítulo 6: El ojo que no ve: reflexiones sobre el dispositivo fotográfico
- 69 Capítulo 7: Por qué “El diario de Agustín” no puede exhibirse en la televisión
- 77 Capítulo 8: El guionista como traductor
- 85 Capítulo 9: El giro lingüístico y sus efectos en la comunicación organizacional
- 95 Referencias bibliográficas

## Presentación

**E**n el prólogo del texto *El giro semiótico*, su autor -el italiano Paolo Fabbri- parte con una máxima: “El afán o la apuesta de la semiótica es decir algo sensato sobre el sentido”. Y lo dice a propósito de una doble paradoja. Por un lado, se observa una creciente falta de actualidad de la semiótica; y por otro, porque es habitual encontrar análisis poco sensatos sobre el sentido. Frente a esta paradoja, no es menor preguntarse ¿qué es el sentido para la semiótica? El sentido es aquello que nos permite estar aquí, ustedes y yo, en la presentación de este libro. El sentido es lo que le da fundamento existencial a cada una de las páginas impresas de este texto. El sentido permite que haya diálogo disciplinar, pero también que programemos nuestro día a día. El sentido es lo que nos produce dolor y nostalgia. Sin sentido no hay amor.... sin sentido no hay vida humana. Sin sentido no hay semiótica. Pero lo que nos permite indagar en él, identificar los procesos de construcción del mismo y explicar sus alcances epistemológicos, es la semiótica.

A estas alturas poco importa si es disciplina, transdisciplina o sólo un campo académico. La semiótica se nutre del sentido para dirigir su acción científica. Sin él, es como un barco sin brújula. Sin destino, sin dirección. La explicación sobre el sentido permite ver la invisibilidad discursiva. Da cuenta de su existencia en un océano profundo. Digamos que la opacidad sale a flote gracias a las técnicas de análisis semiótico. Navegar en la superficie pareciera ser la finalidad de una semiótica que requiere cuanto antes, actualizar sus procedimientos y legitimar sus objetos de estudio. Ya lo decía Fabbri... y lo más importante: hacerlo con sensatez.

Según el Diccionario de la Real Academia de la Lengua Española, actuar con sensatez sería algo muy cercano a la prudencia, cautela, cordura, discreción, moderación, precaución, sabiduría, mesura, ponderación, buen juicio, razón, seriedad, formalidad, reflexión, madurez. Es en esa dirección donde este libro sugiere un diálogo. Y no cualquier diálogo. Desde las primeras páginas el lector se dará cuenta que intento decir algo sensato sobre la discursividad social, pero desde particulares cuerpos textuales. A poco andar, las influencias bibliográficas son evidentes: Marc Angenot, Eliseo Verón, Mijaíl Bajtin, Charles Peirce, Paul Ricoeur, Michel Foucault, Umberto Eco, Walter Benjamin. La selección de las temáticas tampoco es antojadiza, y supone, la posibilidad para concentrar el diálogo en el discurso político, el discurso mediático, el discurso de la subjetividad y en la traductibilidad semiótica. Todas estas aristas se posicionan como lugares comunes para una sociosemiótica que se consolida como un umbral metodológico que se ancla en una región acostumbrada a los análisis ideológicos y post estructuralistas.

El resultado es una compilación de nueve trabajos publicados en más de quince años de vida académica en distintas revistas científicas y libros con referato. Todos ellos califican como actos de exploración. Cada uno de los capítulos que el texto reúne identifican los mecanismos por los que opera la semiosis, quiénes los ejecutan, en qué momento, bajo qué circunstancias, con qué efectos y haciendo una descripción de aquéllos de manera simple y abordable; incluso para un lector recién iniciado en estas lides.

No suponen ruido alguno la especificidad de técnicas de lectura semiótica aplicadas según el texto analizado, sea éste una película como *El diario de Agustín* o una serie de fotografías donde lo representado es el encuentro entre Sartre y el Che Guevara o la muerte de Pinochet. Amén de lo anterior, el análisis del movimiento estudiantil a través de la prensa gráfica chilena entra en inmediata conexión con la

*tesis del ojo semiótico*, y que invita a repensar al sujeto desde la construcción de la opinión pública y el mito mediático. Lo mismo ocurre con la noción de guionista, más cerca del traductor a la del creador nato. Su trabajo es dejarse traducir por otros. Al final, proponemos que las organizaciones deben ser definidas como sistemas de conversaciones e imaginarios, no un simple conjunto de individuos, artefactos o roles institucionalizados. En definitiva, una red de comunicación que se autoconstituye dejando a los individuos como parte de su entorno psíquico.

La elección del título del libro tampoco es antojadiza. Se inspira en el primer artículo de esta compilación. La tesis que se presenta define al imaginario social como un punto ciego, al igual que lentes no vistos en el acto de visión, que actúa como un instrumento de percepción de la realidad en forma de esquemas abstractos de representación. De este modo, la ciencia se dibuja como una empresa de construcción de sentido que identifica, organiza, sistematiza y proyecta mundos posibles que se hacen real en la cotidianidad. Como artificiero que es, el semiólogo —más que cualquier otro científico social— fabrica lo que le sirve. Usa la teoría como una caja de herramientas, para comprender su entorno social. Analiza aquello que le permite observar. Es observador y sujeto observado al mismo tiempo.

Al igual que el geólogo, que mira con atención los estratos e irregularidades del terreno que estudia, sus pliegues, fracturas y fallas, el semiólogo es consciente que su terreno es la obviedad. Tengo la satisfacción de poner en manos del lector un texto que ubica a la semiótica como el arte de poner en entre dicho la obviedad. Los ensayos y estudios aplicados que se presentan son el resultado de esa identidad. Es de esperar que este libro ayude a la identificación de la semiótica como disciplina en un escenario académico adverso, donde el dominio conceptual y la identidad metodológica son la constante en las realidades con sentido como la nuestra.

Siguiendo la lógica de Paolo Fabbri... será tarea del lector evaluar si nos une un libro sensato.

El autor

### Nota

Los ensayos reunidos en este libro han sido publicados previamente en las siguientes revistas científicas y textos académicos:

“La tesis del ojo semiótico: notas preliminares”, en *Liminales. Psicología y Sociedad* (14), 2019.

“El imaginario social y su aporte a la teoría de la comunicación: seis argumentos para debatir”, en *Cinta de Moebio. Revista de Epistemología de Ciencias Sociales* (26), 2006.

“La opinión pública y los imaginarios sociales: hacia una redefinición de la espiral del silencio”, en *Athenea Digital* (7), 2005.

“La construcción del mito mediático: auge del nuevo héroe trágico”, en *Légete. Estudios de Comunicación y Sociedad* (3), 2004.

“La revolución de los pingüinos en la tesis del contrato de lectura”, en *Semiótica y discursividad social. Diálogos trasandinos*, Ediciones Universidad de Chile, 2010.

“El ojo que no ve: reflexiones sobre el dispositivo fotográfico”, en *Información Pública* (8), 2016.

“Por qué *El diario de Agustín* no puede exhibirse en la televisión chilena”, en *Actas de IX Bienal Iberoamericana de Comunicación*, Santiago de Chile, 2013.

“El guionista como traductor”, *Cinta de Moebio. Revista de Epistemología de Ciencias Sociales* (64), 2019.

“El giro lingüístico y sus efectos en la comunicación organizacional”, *Estudios de Periodismo* (10), Universidad de Concepción, 2006.

## CAPÍTULO 1

## La tesis del Ojo Semiótico

La pregunta en torno a la semiosis se ha vuelto clave en varias disciplinas. Más que un problema filosófico, hoy día asoma como una consideración metodológica. Y es que la nula diferencia entre percepción y realidad le ofrece al científico social posibilidades ilimitadas para reflexionar y cuestionar su quehacer. El antiguo debate entre realismo interno (percepción) y realismo externo (lo representado) ha sido desbancado por una perspectiva más crítica y menos dada a la orientación de los clásicos paradigmas dominantes. El resultado: una ciencia social más reflexiva y consciente de sus influencias discursivas. Este avance epistemológico, sin embargo, no ha sido accidental. Luego de siglos en los que la modernidad se ha instalado con expresiones signícas autoritarias, racionales y objetivantes, parte del campo científico occidental ha asumido los determinismos socio-históricos como fundantes en el desarrollo del conocimiento actual. Esto ha sido necesario, dado la creciente influencia de otras formas de acceder a los fenómenos de la vida. Las narraciones épicas y los cuentos populares son un ejemplo de aquello. Hoy día, la ciencia se mueve en la realidad de los mundos posibles, más que sustancias reales. Es decir, es la capacidad imaginante la que nos muestra los desafíos de una actividad que sigue gozando de prestigio social, en desmedro de los innumerables mitos urbanos y pequeños relatos posmodernos. Y es que, a pesar de la pérdida de crédito y garantía, el discurso tecno-científico sigue promoviendo, más que nunca, posibilidades de desarrollo y hábitos comunicantes naturalizados y, por ello, incuestionables.

A continuación, se presenta un modelo de análisis de lo imaginario-social, como elemento básico de lo instituido y lo instituido. La diferencia entre ideología y utopía queda reducida, así, a una cuestión semántica con pocas posibilidades de ser ejercida en la práctica. Como todo esquema analógico, la reducción de la complejidad es el objetivo de nuestro modelo. Dicha reducción es imprescindible para que cualquier propuesta de análisis del sistema social sea replicable. Intentaremos que dicha reducción no sea destructora, sino que, por el contrario, refuerce el sentido de la complejidad de una operación automática, encargada de crear realidad desde lo individual y lo social. Las dificultades no son pocas. La tendencia de todo orden social es hacia su permanencia y reproducción. Este conservadurismo supera la sola promoción de datos, instituciones o estructuras. Se autoconstituye en un marco de referencias epistemológicas, éticas y ontológicas. “El capitalismo ya no se discute”, dirían algunos como prueba. “La ciencia tampoco”, agregarían otros con entusiasmo. Nuestro objetivo es, entonces, poner en tela de juicio lo invisible. Nos guía la máxima que indica que, frente a lo establecido, siempre se puede pensar un orden alternativo. Un mundo posible, a partir de las coordenadas que soportan este castillo imaginario llamado sociedad.

Cada vez que se sitúa un análisis académico en el ámbito de lo imaginario, el o los investigadores deben introducir su trabajo haciendo varias precisiones conceptuales. Lo anterior se debe a que la teoría de los imaginarios sociales se encuentra aún en construcción. A menudo, las comisiones de los congresos académicos o los comités de redacción de revistas especializadas “invitan” a los autores a aclarar dicha terminología, toda vez que el fenómeno de lo imaginario es

habitualmente relacionado con lo fantasioso, con lo que no existe y con lo irreal. Nuestro primer anclaje teórico aborda el concepto de lo imaginario, desde los aportes teóricos de Cornelius Castoriadis. El pensador griego define lo imaginario como “una creación incesante y esencialmente indeterminada (social-histórica y psíquica) de figuras/formas/imágenes” (Castoriadis 1986: 328); es decir, es el resultado de una capacidad psíquica exclusivamente humana que actúa sobre la base de las experiencias socializantes y socializadoras. De esa forma, lo imaginario entra en relación con la imaginación y con la imagen, como una “capacidad o potencia creativa y creadora del ser humano (individual y social) y conjunto o formación abierta de representaciones, afectos y deseos que de ella resultan” (Cabrera 2003: 31). Definiciones más recientes entienden lo imaginario como “un tipo de pensar abstracto, relativamente autónomo del terreno de lo concreto, pero que es aplicable a lo no abstracto o lo concreto, por la vía de las propias construcciones” (Baeza 2003: 36).

Lo imaginario se presenta, entonces, como una facultad que cumple funciones claves para nuestra existencia simbólica: actúa como factor de equilibrio psicosocial, mantiene el orden social y hace posible las transformaciones a través de la reorganización de lo significante. La lectura de Castoriadis nos ha permitido comprender la aparente - pero necesaria - contradicción de lo imaginario: es, a la vez, singular y colectivo. Por un lado, la sociedad se apodera de la imaginación particular del individuo, pero éste al mismo tiempo se nutre de aquello que socialmente está permitido imaginar. De esta forma, el ser humano se ha creado a sí mismo a partir de sus propios imaginarios, los que se encuentran socialmente establecidos. Se construye socialmente desde la imaginación.

“La sociedad es creación, y creación de sí misma: autocreación. Es surgimiento de una nueva forma ontológica y de un nuevo nivel y modo de ser. Es casi-totalidad que se mantiene unida por las instituciones y por las significaciones que las mismas encarnan (...) Para que existiera Atenas fue necesario que hubiera atenienses y no humanos en general. Pero los atenienses fueron creados en y por Atenas” (Castoriadis, 1998: 314 -315).

Por lo tanto, es la relación psíquica a nivel individual y colectivo lo que le da sentido a lo social. Es la sociedad la que imagina, la que se autoimagina. Pero esa imaginación depende de prácticas mentales individuales que se relacionan en un tejido psíquico. La realidad no es sino una red de hechos psíquicos. Estamos rodeados de signos que interpretamos y que ayudamos a crear intersubjetivamente desde nuestra relación psíquica con el mundo. Y todo signo es relación, pero una relación mental que se construye desde esquemas primarios de representación. Los imaginarios sociales actúan, entonces, como matrices de sentido, como esquemas de representación. Son todas aquellas imágenes y construcciones mentales colectivas que permiten las representaciones y que éstas se organicen en sistemas de representaciones o discursos asegurando un incuestionable sentido a nuestro entorno existencial, haciendo tangible lo intangible, situándonos en el tiempo y en el espacio, y creando realidad desde la intersubjetividad.

Los efectos en la comprensión de lo real no se hacen esperar. Por un lado, no hay ninguna ley exterior a la sociedad que dicte sus procedimientos, transformando a cualquier intento de reforma institucional como una medida autoinstituyente. Y por otro, el orden social se convierte en un ente heterónimo, que genera normas desde dentro del sistema, pero invisibles, razón por la que no pueden ser cuestionadas ni transformadas fácilmente. La autonomización de lo social libera toda exigencia esencialista, determinista y absoluta, dándole al ser humano y su potencial imaginante las posibilidades de cambio tan exigidas en épocas de crisis. Si un ser autónomo es capaz de darse a sí mismo sus propias normas de existencia y decidir acerca de su modo de ser, resaltan, al menos, dos implicancias epistemológicas:

Primero; el ser y el conocimiento se constituyen sin nada previo, sin la necesidad de combinar síntomas existenciales precedentes puros o aislados de otros contextos históricos. Segundo; se justifica la capacidad de autodeterminación y autoproclamación a partir sólo del pensamiento y prácticas instituidas, sin que se requiera dismantelar todos los antecedentes que han dado conservación y duración al orden social.

Lo anterior complementa la idea de semiosis peirciana, puesta en la dinámica de la producción de conocimiento. El pensamiento y la imaginación, como estadios previos de lo real, permiten un reordenamiento del mundo y de sus prácticas. Se reconoce, así, al científico social como un sujeto productor en determinado contexto histórico, que se apoya en la coexistencia de una determinada contemporaneidad, de otras semiosis y en las relaciones que las vinculan. De ese modo, la ciencia -como empresa de construcción de sentido- identifica, organiza, sistematiza y proyecta mundos posibles que se hacen real en la cotidianeidad. El sujeto común toma esas instituciones imaginarias y las sigue semiotizando, lo que se traduce en formas de actuar y de pensar.

#### *El Discurso como totalidad*

¿Por qué conectar la teoría de Imaginarios Sociales con un análisis de la discursividad social? ¿Se trata, acaso, de un vínculo forzado? Si entendemos que la sociosemiótica tiene por objeto estudiar la función del signo como instaurador de sentido y, por lo tanto, como configurador de cultura, la noción de discurso adquiere un valor especial para esta disciplina, y con él, todas las instancias de creación de realidad, como lo imaginario. Siguiendo la teoría veroniana, el discurso deja de ser un fenómeno exclusivamente verbal, transformándose en el motor a través de las cuales el sentido se instala. “La noción de discurso designa toda manifestación espacio-temporal de sentido, cualquiera sea su soporte significante: ella no se limita, pues, a la materia significante del lenguaje propiamente dicho”, señala Verón (1978: 85).

Los discursos sólo se articulan al interior de un sistema productivo que les dé sustento existencial. Este sistema actúa como un conjunto de compulsiones que especifica las condiciones bajo las cuales algo es producido, circula y es consumido. Dichas compulsiones, según Verón, no constituye un conjunto homogéneo de materias significantes. “No brotan de una misma fuente, no tienen los mismos fundamentos ni remiten al mismo tipo de leyes” (Verón 1997: 11). Los sistemas de producción de sentido funcionan, así, de manera diferente, desde prácticas cotidianas institucionalizantes específicas, que se influyen mutuamente, como un verdadero árbol ramificado que funciona en forma cíclica.

Una manera acertada de identificar la forma cómo opera la producción de la semiosis social es a través de un análisis ideológico que identifique el discurso como una figura singular. Bajo ese prisma nos parece acertado seguir la orientación investigativa del belga Marc Angenot, para quien el discurso social debe ser analizado como un todo. La propuesta metodológica de Angenot sugiere un análisis global del discurso social propio de un estado de sociedad. Para ello, considera indispensable tomar en su totalidad la producción social del sentido y de la representación del mundo, superando aquella práctica investigativa que observa aquellos dominios discursivos como si éstos estuvieran aislados del resto del sistema social (Angenot 1998: 18). En este sentido, el teórico belga sólo concibe la aproximación al discurso desde la interdisciplinariedad. Enfatiza que el investigador debe procurar incorporar en sus técnicas de análisis los aportes de disciplinas sectoriales como el análisis de contenido y análisis de discurso, la semiótica y retórica literaria, la arqueología del saber, la crítica de las ideologías y la sociología del conocimiento. La idea de totalidad la fundamenta desde la percepción del poder discursivo en toda su omnipresencia y omnipotencia, presente en todos los lugares,

“regulados por una hegemonía transdiscursiva”. En esa perspectiva de análisis, propone la siguiente definición:

“Convengamos en llamar “discurso social” todo aquello que se dice y se escribe en un estado de sociedad, todo lo que se imprime, todo lo que se habla públicamente o se representa hoy en los medios electrónicos. Todo lo que se narra y argumenta, si se plantea que narrar y argumentar son los dos grandes modos de puesta en discurso. O más bien llamaremos “discurso social” no al todo empírico, cacofónico y redundante a la vez, sino a los sistemas cognitivos, las distribuciones discursivas, los repertorios tópicos que en una sociedad dada organizan lo narrable y argumentable, aseguran una división del trabajo discursivo, según jerarquías de distinción y de funciones ideológicas para llenar y mantener” (Angenot 1998: 18).

La elección de la expresión discurso social (en singular) se explica porque más allá de la diversidad de prácticas significantes es posible identificar en todo estado de sociedad, una dominante interdiscursiva, es decir, formas de comprender y de significar lo conocido que configuran lo propio de esa sociedad. Se trata de una redefinición de aquello que Antonio Gramsci bautizó como hegemonía. A juicio de Angenot, el discurso social muestra una diversidad aparente, en circunstancias que ocupa todo el espacio de lo pensable.

“Dentro de él evolucionamos y existimos; es el médium obligado de todo pensamiento, de toda expresión, aún paradójica, de toda comunicación. Por cierto, esta hegemonía funciona en dialéctica con una división de tareas discursivas donde operan todos los factores, tanto los de distinción como el esoterismo” (Angenot 1998: 22).

La hegemonía debe ser entendida -dice Angenot- como la resultante sinérgica de un conjunto de mecanismos unificadores y reguladores que aseguran a la vez la división el trabajo discursivo y la homogeneización de las retóricas, de las tópicas y de las doxai. Estos mecanismos otorgan a lo que se dice y se escribe dosis de aceptabilidad, estratifican grados de legitimidad. La hegemonía actúa como un sistema regulador que predetermina la producción de las formas discursivas concretas. Ello explica que en todo discurso hegemónico la divergencia sea neutralizada, observándose un monopolio de la representación y de las prácticas sociales. Esta apariencia de naturalidad propia de la hegemonía nos explica por qué el discurso social actúa como la conjunción de lo visible y lo enunciable de una época, en una sociedad determinada.

La doxa hegemónica no sólo impide hablar, sino que impone formas y contenidos de lo que se dice y no se dice. Angenot identifica aquellos elementos constitutivos de la hegemonía: reglas canónicas de los géneros y de los discursos, reglas de precedencia, estatutos de los diferentes discursos, normas del buen lenguaje (desde el literario al periodístico), formas aceptables de narración y de la argumentación, repertorio de temas propios y diversos, y convenciones de forma y de contenido. De aquí se obtiene una concreta propuesta metodológica, definiendo el análisis del Discurso Social como una búsqueda de lo homogéneo, a partir del cual el investigador debe poner en evidencia el material regulado o recurrente, detrás de las variaciones y avatares.

Para ello se buscan legitimaciones dominancias y recurrencias; principios de cohesión y de imposición de puntos de vista; unificación orgánica (límites de lo pensable, de lo argumentable, de lo narrable, de lo escribible); tendencias generales; la doxa (el habla común), y otras relaciones significativas que hacen que el discurso social no sea una mera yuxtaposición de formas discursivas autónomas. En esos lugares se enfatiza la hegemonía y con ella toda la heteronomía posible. Los protagonismos y antagonismos como elementos constitutivos del mismo discurso social hegemónico. Así, lo heterónimo debe rastrearse en la periferia, lugar donde se

articulan los discursos que se enfrentan al discurso oficial, conocidos como discursos alternativos o contradiscursos. Se trata de discursos posibles, también están regulados por la hegemonía: es lo que permite el Discurso Social.

“La hegemonía puede ser percibida como un proceso que indefinidamente forma bola de nieve, que extiende su campo de temáticas y de cogniciones dominantes imponiendo “ideas de moda” y parámetros genéricos (...) los cuestionamientos radicales, las búsquedas de originalidad y de paradoja, siguen inscribiéndose con referencia a los elementos dominantes (...)” (Angenot 1998: 33).

Se trata de una periferia discursiva que tiene cabida en el discurso hegemónico. Es una mancomunidad inconsciente entre discurso y contradiscurso, presente entre nosotros, dentro de los grupos políticos, religiosos, sindicales, académicos y de expresión popular. Angenot nos invita a situar un análisis del Discurso Social, configurando los componentes del hecho hegemónico como objeto de estudio. Se trata de un modelo de análisis ideológico. Sin duda, la mejor forma de expresar la esencia de un trabajo sociosemiótico. Es una manera de enfatizar un claro antiesencialismo: las cosas son no porque hayan estado así desde siempre, sino porque las dinámicas sociales las han hecho posibles.

Los efectos de este marco conceptual en el ejercicio de la actividad científica son notorios. El propio Verón fue uno de los primeros semiólogos latinoamericanos en desenredar la aparente disyuntiva entre ideología y ciencia. No habría tal enredo. No existe tal discurso ideológico, ya que todo discurso potencialmente lo es. La pretensión de universalidad y la nula capacidad para reconocer las condiciones de producción del mismo son suficientes para clasificar lo propiamente ideológico de un discurso. La noción de Ciencia o de “actividad científica” está asociada a un sistema productivo que se encuentra en el interior de lo social, razón por la que la noción de “ciencia” puede ser asociada a un tipo de discurso, y con rasgos de hegemónico. Es decir, no existiría algo que denominado “discurso ideológico” (Verón 2004). Lo ideológico no es el nombre de un tipo de discurso, sino el nombre de una dimensión presente en todos los discursos producidos en el interior de una formación social, en la medida en que el hecho de ser producidos en esta formación social ha dejado sus huellas en el discurso.

La misma tesis es apoyada por autores como Jesús Ibáñez, para quien lo ideológico y lo científico no son sino dos modos de prácticas significantes dentro de una formación ideológica propia de un modo de producción determinado históricamente, pero que se transforman en discursos objetivos, regulando prácticas en desarrollo de procesos reales (Ibáñez 1985: 113). Angenot refuerza un planteamiento teórico similar cuando dice que todo lo que se analiza como signo, lenguaje y discurso es ideológico, pues lleva maneras de conocer y representar el mundo y todo lo conocido y aún por conocer, por lo que las ideologías no son sistemas autónomos ajenos al discurso social. Si así fueran estarían provistas de una escena distinta al resto de lo significante: “sólo podrían ser criticados por alguien venido desde afuera, del afuera de esta ideología y del afuera del mundo del conocimiento ideológico, que poseyera un saber verdadero del mundo y de su evolución histórica” (Angenot 1998: 66).

Si se plantea la pregunta sobre la naturaleza de la “cientificidad” del discurso científico, habría que situarla desde la delimitación del problema del “conocimiento”. Este no es ajeno a la cuestión del sistema productivo de los discursos sociales, siendo este sistema a su vez, un fragmento del campo de producción de sentido. Esto permite comprender las relaciones necesarias entre lo ideológico y la científicidad. El propósito de una perspectiva semiológica es mostrar que es posible separar el producto del conocimiento del sistema productivo, develando la verdadera naturaleza de lo que se llama una “ciencia”, identificando en ésta una institucionalidad imaginaria y significante con rasgos que son propios de

cualquier sistema productivo. No se debe ignorar, en consecuencia, que lo ideológico es una dimensión constitutiva de todo sistema social de producción de sentido.

### *Los imaginarios sociales en la praxis semiótica*

La teoría de los imaginarios sociales adquiere en el trabajo sociosemiótico un nuevo impulso. Como se sabe, se trata de una teoría en construcción que tiene como centro un concepto extremadamente flexible que debe ser definido cada vez que un investigador se refiere a él. Nos interesa -más allá de enriquecer el debate teórico-transformar este constructo en una interesante fórmula para estudiar el orden social dominante. Para ello abordaremos nuestra propia lectura del imaginario social con sus consiguientes implicancias metodológicas: presentamos la tesis del ojo semiótico.

El punto de conexión de lo imaginario con la teoría sociosemiótica es la figura de la narratividad y las formas textuales a través de las cuales aquella se expresa. La narratividad se configura como un núcleo de capital importancia en la creación e influencias de imaginarios sociales. Todo orden narrativo postula un esquema de percepción interpretativa. Se trata de una estructura semiótica que está presente en las manifestaciones cotidianas del ser humano: en una carta de amor romántico, en el lenguaje cinematográfico, en la gramática musical de una orquesta, en la propaganda política callejera o en el texto de una entrevista informativa. Los imaginarios sociales actúan en dichas narratividades a través de un proceso semiótico que identifica tres niveles de investidura de sentido (Gómez 2001:195-209).

El primer nivel está conformado por lo imaginario. Aquí, los imaginarios sociales tienen una función semejante a la de los lentes o anteojos, ya que nos permiten percibir a condición de que ellos - como los lentes - no sean percibidos en la realización del acto de visión. Actúan como esquemas que permiten percibir algo como real o como dispositivos de creación de significado. Un segundo nivel identifica a aquellos textos y representaciones o cualquier cosa capaz de generar lecturas e interpretaciones. En este “peldaño” del proceso de significación, los imaginarios han dado lugar a signos fácilmente reconocibles, como el amor romántico representado en una rosa roja o la paz en una paloma blanca. Estas representaciones se articulan en un tercer nivel, como parte de regímenes de significación en forma de discursos, universos simbólicos y paradigmas culturales legitimados en las prácticas institucionales oficiales o en los medios de comunicación de masas. En la articulación de esos tres planos está la clave para comprender el actuar de los imaginarios y su función significante. Sólo es posible identificar los imaginarios sociales a través de la materialización discursiva de esos imaginarios en textos concretos: a través de representaciones efectivas. Por todo lo anterior, y a nuestro entender, los imaginarios sociales son imágenes psíquicas que actúan como instrumentos de percepción de la realidad significante en forma de esquemas abstractos de representación y/o matrices de sentido. Vemos a través de ellos -tanto a nivel individual como colectivo- una variedad de mundos posibles, definiendo automáticamente los campos semánticos de lo visible (relevancia) y lo no visible (opacidad).

De la definición propuesta se deducen un conjunto de rasgos observables, los que darán cuenta de una nueva lectura sociosemiótica:

Primero; los imaginarios sociales actúan como instrumentos de percepción de la realidad en forma de matrices de sentido. No se puede acceder a los “hechos en bruto” o en directo. Estos no existen en las posibilidades de observación de todo ser humano. Observamos sólo realidad significante, en cuya mediación los imaginarios sociales tienen un rol sustancial.

Segundo; la existencia de los imaginarios sociales es psíquica, a nivel individual y colectivo. Observamos yuxtaponiendo y conectando variedad de imaginarios sociales, lo que nos genera una subjetiva y personal, única mirada de la realidad. Ello, sin embargo, no contradice la idea de que la circularidad del conocimiento se basa en una acción conjunta de subjetividades. La intersubjetividad constituye lo real.

Tercero; los imaginarios sociales hacen posible la observación de primer orden, garantizando nuestro rol como observadores únicos de la realidad. Nuestros lentes de visión no son transmutables ni extrapolables a otras miradas semióticas. La mirada siempre es única, nos ubicamos en un lugar y miramos con nuestros propios lentes de visión.

Cuarto; los imaginarios sociales no constituyen ellos mismos la realidad observada de primer orden, vemos a través de ellos esa realidad, lo que los pone en una categoría semiótica de pre-realidad o pre-semanticidad, siendo sólo objeto de observaciones de segundo orden (o lecturas semióticas avanzadas). Esto transforma al imaginario social en el punto ciego de la observación natural, y a la cual se revela la sociosemiótica.

Quinto; los imaginarios sociales definen automáticamente las relevancias y las opacidades. La realidad que queda dentro del campo de visión de estos "lentes" se constituye en las relevancias (lo visible) y lo que queda fuera, en opacidades (lo invisible).

Sexto, actúan como la base semiótica de los mundos posibles. Expresan la realidad de lo posible, tanto la realidad y la irrealidad, fundiendo en una sola la realidad significativa. Lo irreal no es posible desde el momento que reconocemos que nos guía un principio antrópico. Es decir, la realidad depende de alguien con conciencia para observarla. Una realidad no observada no existe para nosotros, y cuando nos acercamos a una realidad aparente, en dicha reflexión le otorgamos categoría existencial de tipo significativa.

Séptimo; los imaginarios proporcionan categorías de comprensión de la realidad. Este ordenamiento semántico es una acción propia de los seres semióticos (que significan y que crean significado): son fuente y parte de la semiosis social.

Octavo; los imaginarios sociales no tienen realidad física o material. Al ser significaciones imaginarias, no corresponden a objetos naturales, o no se derivan de las cosas. A pesar de esto, son percibidos a través de corpus textuales. Sólo podemos dar cuenta de los imaginarios sociales cuando éstos se materializan discursivamente en textos concretos. Los imaginarios hacen posible las representaciones y cualquier forma de expresión concreta de sentido.

Noveno; expresan la dominación siempre a nivel discursivo. Los imaginarios sociales, se transforman así en conceptos abstractos y amorales. Sin imaginarios sociales no es posible la existencia de discursos, pero dicha articulación es la que conforma su rol en la dominación. Hay discursos dominantes (que articulan un gran discurso hegemónico) y discursos dominados (alternativos o contradiscursos).

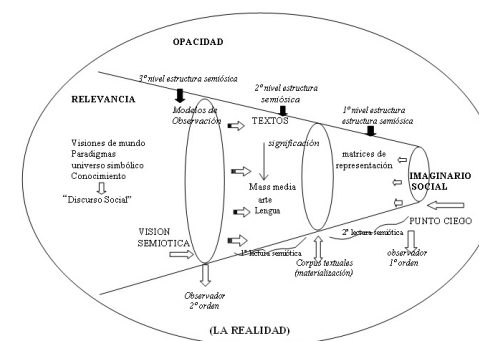
Décimo; los imaginarios sociales se legitiman discursivamente en relaciones cíclicas irregulares, manifestándose en tres niveles de la estructura semiótica o niveles de investidura de sentido: matriz de representación, textual y discursivo. En la articulación de esos tres planos está la clave para comprender el actuar de los imaginarios y su función significativa.

**El esquema del Ojo Semiótico**

Según la tesis que se presenta en estas líneas, el imaginario social ocupa la figura de un punto ciego, a condición de que -como lentes- no sean vistos en el acto de visión (Pintos 2005). De este modo, la semiosis social debe ser estudiada como un

proceso dinámico e infinito que actúa con un doble movimiento centrífugo/centrípeto, dirigiéndose hacia y desde el punto ciego. La particularidad de esta propuesta radica en que el sentido sólo puede ser observado a través de formas y corpus textuales, marcando la orientación del análisis semiótico. Ellos escenifican los imaginarios, como imágenes de segundo orden, articulados en, por y para las estructuras de las diversas manifestaciones discursivas. A esta imagen simplificadora de la realidad social que reconoce las categorías de discurso, texto e imaginario social la hemos denominado "Ojo Semiótico", apelando por un lado a la metáfora de los lentes por medio de los cuales miramos nuestro entorno y, por otro, a la pretensión semiótica de ver la realidad desde un enfoque distinto al que estamos acostumbrados.

Esquema del Ojo Semiótico



El esquema grafica el desafío que tiene la sociosemiótica como método, reafirmando la idea de que el mundo se percibe a través de categorías de sentido. En nuestra opinión, dichas categorías están definidas por imágenes psíquicas que actúan como instrumentos de percepción, a las que denominamos imaginarios sociales. En nuestra tesis, el imaginario social deja de ser sinónimo de signo o representación colectiva. A través de esas imágenes vemos el mundo, pero lo hacemos sin observar al propio imaginario. Este actúa como un punto ciego (representado por el primer anillo concéntrico, a la derecha del dibujo) como los anteojos que nos mejoran la visión. Se trata de la observación de primer orden. Esta mirada hace perceptible una parte de la realidad (relevancias), dejando otra parte de aquella fuera del campo de visión (opacidades). El campo de visión se extiende a lo ancho del círculo (imagen geométrica que representa la realidad). En él están representados tres niveles de estructura semiótica: el primero, conformado por la matriz de sentido imaginante e imaginaria; el segundo, compuesto por diversos sistemas de significación en forma de textos de diversa índole (mass mediáticos, artísticos, culinarios, gestuales, estéticos, etc.) que le dan corporeidad a la existencia (el "algo" recibe nombre y se categoriza a través de tipificaciones); y un tercer nivel, que contiene a los regímenes de significación (el "Discurso Social", en singular). El tercer anillo concéntrico (a la izquierda del dibujo) representa la observación de segundo orden, que consiste en poner atención desde dónde y cómo el observador de primer orden captura la realidad (visión semiótica). Comúnmente desde allí se



efectúa la primera lectura semiótica, la que llega sólo a nivel de textos (el segundo anillo), y no se pregunta acerca de los imaginarios.

Como se puede observar, un análisis de los imaginarios sociales debe contener una proyección de la lectura semiótica clásica, referida exclusivamente a indagar en los textos. La segunda lectura que se propone debe alcanzar el mismísimo punto ciego. Es tarea del semiólogo colocarse en la perspectiva del observador de segundo orden, el que observa al observador. Esta exigencia es la exigencia metodológica de cualquier análisis sociosemiótico: hacer visible aquello que el orden discursivo oculta, poniendo énfasis -como dice Angenot- en las periferias discursivas. Es tarea del semiólogo poner lo natural en tela de juicio.

La labor de identificación de un discurso como dominante se facilita en la aplicación del modelo, una vez observado el número de visiones semióticas que coincidan con el mismo cuerpo de paradigmas y conocimientos. Es decir, desde diversos puntos ciegos (imaginarios sociales) es posible observar los mismos discursos sociales, constituyéndose lo que Marc Angenot denominó una hegemonía discursiva. Estas coincidencias, además, dan cuenta de las opacidades que quedan fuera de la visión de los diferentes puntos ciegos, confirmándose así la utilidad del modelo para fines pedagógicos e investigativos. Ahora bien, toda lectura semiótica se ubica como parte de la relevancia, en medio de los paradigmas teóricos y metodológicos, pues no se puede salir de ella. Siguiendo con la tesis que se postula, la pertinencia de un conocimiento depende de los intereses históricos, sociales y políticos que condicionan al observador. Nos guía la célebre frase de Maturana, "los seres humanos no tienen acceso a su propio campo cognoscitivo fuera de ese campo" (Maturana y Varela 1984). La teoría de la circularidad del conocer a la que adscribe el biólogo chileno deja en evidencia un problema metodológico, pues ¿cómo acceder a la verdadera realidad de las cosas si el investigador también es parte de ella?

"(...) al fenómeno del conocer no se le puede tomar como si hubieran hechos u objetos allá afuera, que uno capta y se los mete en la cabeza. La experiencia de cualquier cosa allá afuera es validada de una manera particular por la estructura humana que hace posible la cosa que surge en la descripción (...) Todo lo dicho es dicho por alguien. Toda reflexión trae un mundo a la mano, y, como tal, es un hacer humano por alguien en particular en un lugar particular" (Maturana y Varela 1984: 13).

Es en este plano epistémico donde la sociosemiótica encuentra su plena justificación. A través de la semiosis se instituyen los conocimientos que rodean al hombre y lo determinan. El conocimiento es inseparable de la praxis semiótica. En estos casos, la búsqueda de las opacidades es el objetivo, como cualquier análisis semiótico que considere la praxis que se muestra en el esquema. La posición del investigador adquiere nitidez desde el momento en que éste es capaz de identificar su propio proceso de producción de saber. Sometido a los dictados de la formación ideológica (sometido a su hábitus y normas del campo académico), el científico social sólo tiene salida a través de una ruptura epistemológica. La autorreflexividad como práctica científica le permite comprender su lugar en el ojo semiótico y su dependencia de las relevancias y opacidades discursivas que son inherentes a su labor productiva.

En una anterior investigación doctoral (Dittus 2008), el autor de este libro dio cuenta del complejo escenario por el que atraviesa un sector de las ciencias sociales en Chile. Tras la mirada previa efectuada al resto de Latinoamérica, se pudo constatar que lo que parecía desalentador en el cono sur de América es compartido por la realidad académica de gran parte de los países de la región. La hibridación teórica y metodológica ha orientado los paradigmas dominantes y las dinámicas internas, situación que se traduce en la instalación de un academicismo corporativista a-crítico y entregado a las exigencias del mercado. Siguiendo las palabras de Beatriz Sarlo (2000: 77), lo que llamamos la academia es diestra en la

tecnología de la reproducción: generaliza todo lo que toca. Se trata de una práctica igualadora a propósito de un nicho investigativo que no ha estado exento de dificultades.

La mirada crítica que alguna vez tuvo la semiótica latinoamericana se explica por la excesiva ideologización de las ciencias sociales en el continente, lo que transformó a la disciplina en instrumento de lucha y confrontación. Su mala reputación en los años de las dictaduras que vendrían con posterioridad parece haber terminado. Se observa, desde un sector periférico, un nuevo impulso de aquellas técnicas que se nutren de la subjetividad y la construcción social de sentido. La semiótica, la epistemología de la ciencia y la sociología profunda son las reservas disciplinares que orientarán la práctica investigativa de todo aquello que no es visible a primera vista, es decir, -y siguiendo nuestra teoría- aquello que sólo es mirado como realidad de primer orden. Indagar en la opacidad es la máxima aspiración de un estudio autorreflexivo o metacognitivo. La tarea no es fácil, ya que el orden social se ha encargado de desear todas aquellas fórmulas que atenten contra las estructuras de lo institucional.

Si lo anterior guiara los caminos de la semiótica, tarde o temprano la conexión con el trabajo intelectual de Castoriadis, Pintos, Angenot y otros teóricos contemporáneos se habría hecho más que evidente. Si la imaginación condiciona la funcionalidad del aparato psíquico humano, el estudio sobre la construcción de nuestro entorno parece haber encontrado una interesante herramienta semiótica. El imaginario social en tanto instituyente establece significaciones imaginarias que genera marcos en las cuales dichas significaciones adquieren sentido existencial: instituciones de poder, económicas, familiares, de lenguaje, etc. (Castoriadis 2002: 26). Son esos marcos lo que deben ser centros de atención. La orgánica de aquellos y las formas en que sus normas son asimiladas y legitimadas por la intersubjetividad dan cuenta de una deuda con el conocimiento. La soberbia de algunos saberes académicos ha sido la principal responsable del irregular camino por el que han transitado estas disciplinas. Aquellos que ponen en duda esta legítima pretensión deben preguntarse por los discursos dominantes que dan crédito a esta egoísta postura. Ese es el motivo por el que la pregunta en torno a la semiótica del Discurso Social y las prácticas que éste concentra debe ser respondida. La tesis *del ojo semiótico* intenta responderla.

## CAPÍTULO 2

**El imaginario social y su aporte a la teoría de la comunicación: seis argumentos para debatir**

Conectar los conceptos de realidad e imaginación puede parecer contradictorio. Esto se debe a la tendencia propia del modernismo occidental en separar la práctica imaginaria de toda posibilidad de existencia, como si lo simbólico no fuera parte de lo real. Se asume, entonces, desde una visión cartesiana que aquello que no es probado empíricamente no existe y, por lo mismo, no tiene méritos para su estudio racional y académico. Como hijos de la modernidad hemos sido testigo de cómo las certezas definen el conocimiento y las formas de acceder a él. De lado son dejadas todas aquellas posturas teóricas y metodológicas basadas en las prácticas no racionales o en marcos epistémicos que se sustentan en lo que irreal, en lo fantasioso o en lo que no existe. La teoría de los imaginarios sociales no ha estado exenta de dichas sospechas. No cabe duda que se trata de una teoría en construcción. Habitualmente, cada vez que un trabajo ensayístico o investigativo es aceptado en algún congreso académico o en las páginas de una revista especializada, el autor es “invitado” a aclarar su terminología y a definir el fenómeno de lo imaginario y sus efectos epistemológicos. La propuesta que presento a continuación apunta en esa dirección. Con el firme propósito de disminuir la ambigüedad conceptual y de promover la discusión académica, se presentan -a través de seis argumentos- las implicancias teóricas generadas por la cada vez más rápida inclusión de los imaginarios sociales en la teoría de la comunicación, constatando, así, que la realidad se constituye desde los ojos de un observador que comunica. Sin las ideaciones mentales no es posible la semiosis social. La forma en la que el ser humano significa el mundo se define en el núcleo de las interacciones cotidianas y a través de imaginarios sociales. No es descabellado suponer, entonces, que la teoría de la comunicación se nutre de la acción imaginaria, reconociendo en ella un rol clave para la comprensión de los procesos comunicativos y las redes discursivas.

Primer argumento: *la comunicación es expresión de lo imaginario y una forma de interacción determinada imaginariamente.*

La imaginación es el resultado de una capacidad psíquica exclusivamente humana. Manuel Antonio Baeza la define como un tipo de pensar abstracto, relativamente autónomo del terreno de lo concreto, pero que es aplicable a lo no abstracto o lo concreto, por la vía de las propias construcciones (Baeza 2003). Los imaginarios son el soporte de esta acción mental, y actúan como un banco de imágenes socialmente compartidas que le dan sentido a nuestro entorno existencial (Baeza 2000). Dicho en otros términos, éstos se nutren de las experiencias cotidianas y de esta forma llenan nuestros vacíos cognitivos adquiriendo conciencia de lo pasado, lo futuro y lo presente. Estas ideaciones mentales le otorgan significado a aquella realidad que carece de tangibilidad (o respaldo material). Así existe el imaginario del miedo (no lo podemos ver, pero sí sentir), del padre ideal (probablemente el nuestro no lo será, pero nos lo imaginamos) o el de nación (algo mucho más que un grupo de ciudadanos que habitan un pedazo de territorio). No hay que olvidar que todo esto es posible porque somos sujetos con conciencia y comunicantes.

La actividad imaginaria crea las condiciones apropiadas en las cuales el individuo desarrolla o expresa su comportamiento comunicante, participando

activamente en la comunicación y no siendo el origen de ella. De ahí que se afirme que la comunicación es una forma de interacción determinada imaginariamente. Por ejemplo, ésta nos indica como actuar frente a una entrevista de trabajo o una declaración de amor. Porque si bien es la comunicación la que construye en cada momento la forma como imaginamos, también es cierto que es esta red de imágenes (o construcciones mentales) la que nos programa y determina la manera de comunicarnos. Aun cuando nos reconozcamos como seres comunicantes “por naturaleza” o en potencia (estamos programados biológicamente para interactuar con nuestros semejantes), el sistema de códigos significantes que utilizamos y las normas que regulan dicha interacción es el resultado de una construcción imaginaria: son los modos o programas de comportamiento interaccional codificados y estructurados según la tradición. Es decir, hay una gramática de la comunicación que se modifica en los distintos niveles de socialización humana.

Hay que ser justos, y otorgar gran parte de crédito al desarrollo de la teoría de los imaginarios sociales en las ciencias sociales a Cornelius Castoriadis (Grecia, 1922-1997). El filósofo sostiene que la sociedad se apodera de la imaginación particular del individuo, dejándola manifestarse sólo en y a través del sueño, la fantasía, la transgresión y la enfermedad. De ese modo, el sujeto no pensará ni imaginará más que lo que socialmente es obligatorio pensar y hacer. Castoriadis nos muestra el imaginario como un fenómeno singular y colectivo a la vez. Puede ser comprendido como un patrimonio representativo, en otras palabras, como el conjunto de imágenes mentales acumuladas por el individuo en el curso de su socialización.

“La sociedad es creación, y creación de sí misma: autocreación. Es surgimiento de una nueva forma ontológica y de un nuevo nivel y modo de ser. Es una casi-totalidad que se mantiene unida por las instituciones y por las significaciones que las mismas encarnan (...) Para que existiera Atenas fue necesario que hubiera atenienses y no humanos en general. Pero los atenienses fueron creados en y por Atenas” (Castoriadis 1998: 314-315).

En un sentido similar, pero destacando la existencia de modos de interacción particulares, opina Albert Schefflen (1994: 151). El investigador sostiene que incluso en una misma categoría cultural es posible determinar “cartas o programas de interacción humanos” que actúan como planes organizados internamente por cada individuo en el momento en que participa en una interacción. Este plan representaría el modo en que los participantes probablemente han aprendido a ejecutar esta interacción. Si fuésemos capaces de estudiar todas las interacciones posibles de un grupo dado, nos sería posible diseñar un mapa detallado y sistemático de todos los actos de ese grupo. “Ese mapa representaría su cultura”, señala. O, como dice Erving Goffman, en cada sociedad las posibilidades de comunicación están codificadas. Existe, por lo tanto, una predeterminación para que cada individuo se comporte de tal o cual manera, según la situación y el resto de los actores sociales.

“La sociedad está organizada sobre el principio de que todo individuo que posee ciertas características sociales tiene un derecho moral a esperar que otros lo valoren y lo traten de un modo apropiado. En conexión con este principio hay un segundo, a saber: que un individuo que implícita o explícitamente pretende tener ciertas características sociales deberá ser en realidad lo que alega ser” (Goffman 1997: 25)

Para este autor, las interacciones son los átomos de la sociedad, son lo que une al ser humano. Fundamentan toda la dureza y toda la elasticidad, todo el color y toda la uniformidad de la vida social, que nos resulta tan evidente y sin embargo tan misteriosa. Goffman, en un intento por describir detalladamente las reglas de la interacción humana, establece una analogía entre el vivir y el actuar, reconociendo con ello que jamás entramos en contacto directo con la realidad, sino que lo hacemos a través de símbolos que nos obligan a interpretar un papel. De ahí su

conocida expresión “el ser humano es un ser que representa”. Siguiendo a Goffman, si en todo tipo de comunicación hay una representación, vivimos en una audiencia teatral, donde cada persona asume distintos roles. Esos roles se hayan regularizados, casi en forma de rituales, predeterminados a priori. A pesar de ello, no hay un libreto escrito. Jamás entramos en contacto directo con una realidad dada, lo hacemos a través de imágenes y discursos, situación que obliga a la interpretación (como actor y público). En otras palabras, el ser humano se ha creado a sí mismo a partir de sus propios imaginarios sociales y no es el resultado de leyes cósmicas o universales. Con esta lógica, lo que aparece como realidad no es sino el producto de nuestras percepciones y de numerosos procesos de interacción. Se construye socialmente desde la imaginación.

Segundo argumento: *La comunicación es fruto de la actividad consciente. Sin conciencia no hay comunicación y sin comunicación no hay conciencia: somos conscientes porque comunicamos.*

Cuando se aborda el proceso de la comunicación desde la fenomenología, se pone atención en la característica más humana de un individuo: su actividad consciente. Hay que recordar que la escuela fenomenológica estudia los diferentes modos en que las cosas aparecen o se manifiestan en la conciencia. Es decir, la perspectiva husserliana nos dice que los conceptos realidad y conciencia responden a un sólo gran fenómeno: el del conocimiento, y el método fenomenológico posibilita acceder al mundo fuera de las estructuras que lo cobijan. No hay, entonces, conocimiento sin un ser que lo perciba como tal. La clave para Husserl es aplicar un artificio metodológico: la reducción fenomenológica (o *epoché*). Dicho en palabras del propio filósofo, “poner entre paréntesis la existencia” (Husserl 1985: 14). Con esta propuesta, no abandonamos no se pide nos cambiar nuestra convicción en la existencia del mundo; solamente la ponemos fuera de juego, la desconectamos, la colocamos entre paréntesis”. El método permite acceder al objeto del cual se es consciente, alejado de las influencias pre-existentes en el entorno social, absteniéndonos de juzgar de acuerdo a lo establecido por la llamada realidad objetiva.

“La realidad la encuentro (..) como estando ahí delante y la tomo tal y como se me da, también como estando ahí. Ningún dudar de datos del mundo natural, ni ningún rechazarlos altera en nada la tesis general de la actitud natural. El mundo está siempre ahí como realidad; a lo sumo, es aquí o ahí distinto de lo que presumía yo; tal o cual cosa debe ser borrada de él, por decirlo así, a título de apariencia, alucinación, etc., de él que es siempre -en el sentido de la tesis general- un mundo que está ahí” (Husserl 1962: 69).

Husserl confirma, así, que el mundo siempre se nos presenta como realidad, generando la llamada tesis general del mundo o juicio explícito sobre la existencia. Con la *epoché* se intenta abandonar esa tesis, perdiendo el sentido todo lo pre-existente. Se confirma el principio antrópico cuando se constata que no hay un objeto sin sujeto, o en palabras de Humberto Maturana y Francisco Varela (2002), “todo lo dicho es dicho por alguien”. La inexistencia de una realidad independiente de un observador pone en su justa dimensión la importancia que tiene la comunicación para comprender el proceso de construcción del conocimiento. Sólo el ser comunicante tiene capacidad consciente. En la medida que la conciencia se alimenta de las prácticas sociales, la realidad que percibimos es -querámoslo o no- excluyente. Lo que no se comunica, aquello que no tiene una existencia simbólica, sustentada en el lenguaje o en demás formas de comunicación no verbales, no existe. De este modo, cuando se afirma que lo dicho bajo ninguna circunstancia puede ser separado del que lo dice, significa que la realidad se constituye desde los ojos de un observador, pero que comunica. Sin comunicación no hay posibilidad de ser observador, y con ello, sujeto consciente. Sin comunicación, no hay realidad percibida.

La intencionalidad de la conciencia de la que habla Husserl tiene una más fina repercusión: la enunciación de este sujeto consciente (y comunicante) altera la conciencia pura, transformando a ésta en altamente contingente. En la medida que el sujeto que enuncia lo hace desde un contexto histórico y cultural determinado le está entregando elementos de intencionalidad al mundo que observa. Analicemos el siguiente ejemplo: un joven adolescente (A) debe invitar a una amiga (B) al cine. Es primera vez que lo hace. Desde el momento en que B tiene conciencia de los deseos de A, éste se transforma en sujeto enunciativo. Sus nervios iniciales le delatan, de tal manera que B incorpora en su estructura mental las posibilidades de ir con A al cine o rechazar la invitación. Asimismo, A escoge ver una película dentro de un amplio abanico de alternativas. La elección del cine -la mejor para las intenciones de A- es un acto de exclusión. Del mismo modo, la conciencia de B está determinada por las posibilidades que le ofrece A. El ejemplo describe la forma como opera el binomio comunicación/conciencia: la conciencia le otorga unidad de sentido a las distintas expresiones de realidad, y ésta a su vez, permite que el sujeto conocedor acceda a ella a través de las prácticas cotidianas reguladas por una gramática de la comunicación. Así, sin conciencia no hay comunicación y sin comunicación no hay conciencia: somos conscientes porque comunicamos.

Hay algunos otros aportes teóricos que en mayor o menor medida ayudan a entender en forma más general este tema. El inspirador del interaccionismo simbólico, George Herbert Mead, plantea una diferencia entre la comunicación humana y animal, atribuyéndole a la propia naturaleza de la sociedad la existencia constituyente de procesos comunicacionales. Según Mead, (citado por Blumer, 1982) mientras los animales viven en un mundo de acontecimientos, las personas viven en un mundo de significados compartidos en donde un “yo” se comunica con “otro”, dimensionando la presencia comunicante de ese otro. En otras palabras, el autor le otorga a la comunicación humana la categoría de “autoconsciente”. Por ejemplo, tanto los humanos como otros animales pueden tener una percepción simple de vigilancia sobre la presencia de un martillo encima de una mesa. Sin embargo, sólo los humanos pueden etiquetarlo y describirlo verbalmente como martillo y el uso de símbolos significantes nos hace a nosotros ser conscientes del significado de ese concepto. Una idea similar, pero poniendo énfasis en que el hombre construye su propia naturaleza, es lo señalado por los sociólogos Peter Berger y Thomas Luckmann. Según ellos, el organismo humano sigue desarrollándose biológicamente después de nacer, cuando ya ha entablado relación con su ambiente. “No sólo la supervivencia de la criatura humana depende de ciertos ordenamientos sociales: también la dirección del desarrollo de su organismo está socialmente determinada. Desde su nacimiento el desarrollo de éste, y en realidad gran parte de su ser en cuanto tal, está sujeto a una continua interferencia socialmente determinada” (Berger y Luckmann 1999: 68). Esa dificultad acoge implícitamente la idea del individuo como sujeto consciente de sí mismo y de su entorno. Un ejemplo de esta referencia se aprecia cuando los autores analizan el fenómeno de la identidad individual, y la determinación que sobre este punto tiene la conciencia. La conciencia es siempre conciencia de algo, incluso de nosotros mismos. O, dicho de otro modo, nacemos para nosotros cuando adquirimos conciencia de que existimos.

Tercer argumento: *La realidad no está constituida objetivamente al margen de la comunicación. Aquella se crea intersubjetivamente a través de las prácticas cotidianas.*

La base de este argumento la trabaja Alfred Schutz, considerado uno de los máximos exponentes de la sociología del conocimiento. La tesis central de este abogado austriaco postula como objetivo investigar la manera cómo el conocimiento se distribuye socialmente. Este conocimiento, sin embargo, debe abarcar todos los ámbitos de lo social, especialmente el que se legitima en la vida cotidiana y que se presenta como subjetivo desde un comienzo. Asimismo, en la medida que surgen socialmente significatividades motivacionales e interpretativas, se forma un acervo social de conocimiento que se objetiva en signos, como los actos habituales o el

lenguaje. Lo que afirma Schutz es que la experiencia de vida común le otorga sentido a la existencia, y la vida en común sólo se da en comunicación con otros. Esta situación también se extiende a los objetos llamados naturales, por su incuestionable tangibilidad. Al respecto nos dice:

“También los objetos naturales como tales están incluidos en el ámbito de sentido perteneciente a la cultura. Mis experiencias de las objetividades naturales en el mundo de la vida adhieren siempre el sentido de la capacidad básica para experimentarlas de mis semejantes; y se me aparecen en tipificaciones lingüísticas, recetas de conducta, etc., en las cuales las explicaciones de mis predecesores siempre están presentes para mí” (Schutz y Luckmann 2001: 37).

Este mundo de la vida cotidiana se presenta sin cuestionamientos. En él trabajamos, estudiamos, nos relacionamos, jugamos, soñamos. Y es en esta realidad donde el sujeto comunicante-consciente define su situación desde su propia biografía, que es diferente para él. Afirmar, entonces, que la realidad no está constituida objetivamente al margen de la comunicación significa que aquella está constituida por el sentido de nuestras experiencias y no por la estructura de los objetos. Esas experiencias se dan siempre en sociedad, en una dimensión simbólica. Se construyen intersubjetivamente a través de redes imaginarias y discursivas que se entrecruzan. Lo anterior confirma la estrecha interdependencia entre la comunicación y lo que definimos como “realidad”. Así, la comunicación se entiende como una condición inherente a la condición del individuo como ser en sociedad y conformada por un sistema de significados en constante interacción, capaz de crear y recrear realidades múltiples, incluso opuestas entre sí, y donde el ser humano es sólo uno más de los elementos del sistema. El resultado es la existencia de tantas realidades como tipo de interacciones lleguen a producirse.

Al insistir en el argumento, se está reforzando una idea que no es nueva: la perspectiva interaccional-sistémica. Hace más de cincuenta años, la comunicación dejó ser entendida como un fenómeno lineal y que parte del propio individuo. Este axioma ha sido trabajado extensamente desde que se instauró entre un grupo de psiquiatras y antropólogos la denominada Escuela de Palo Alto, en referencia a la localidad norteamericana que cobijó al *Mental Research Institute*. Se trata de los representantes de la “nueva comunicación”: Gregory Bateson, Edward Hall, Paul Watzlawick, Ray Birdwhistell, Don Jackson y Erving Goffman. También conocidos como los impulsores del “modelo de la orquesta”, estos investigadores ven en la comunicación un sistema de canales múltiples en donde el ser social participa en todo momento, tanto si lo desea o no. Los gestos, la mirada, el espacio interpersonal, el vestuario, el silencio, etc. Es decir, todo comunica. De ahí el axioma que dice que es imposible dejar de comunicarse. En su calidad de miembro de una cultura, el ser humano formaría parte de la comunicación, como la música forma parte de una orquesta. En palabras de Birdwhistell, un individuo no se comunica, sino que toma parte en una comunicación en la que se convierte en un elemento. Puede moverse, producir ruido, pero se comunica. En otros términos, no es el autor de la comunicación, sino que al mismo tiempo participa en ella. De este modo, se insiste en una relación comunicación-cultura más estrecha de lo que parece, la comunicación como el aspecto activo de la estructura cultural.

Uno de los más conocidos exponentes construccionistas, el psiquiatra Paul Watzlawick (1990) aborda la problemática de lo real al hacer una distinción entre lo que él denomina realidades de primer y segundo orden. En la primera estarían los objetos con sus propiedades puramente físicas, es decir, aquellos aspectos de lo real que son tangibles a los sentidos; y en la segunda, el significado y el valor que socialmente le hemos atribuido a esos objetos. El razonamiento del autor nos lleva a definir como real únicamente aquello que es acordado por un número suficientemente amplio de individuos. En este sentido, acceder a una especie de realidad real objetiva, independiente de nuestra percepción, es imposible. Así, la

realidad social aparece únicamente por medio de una amplísima red de interpretaciones e imágenes, pero que aceptamos ingenuamente como objetivamente reales. La realidad se crea intersubjetivamente, con el aporte de las percepciones individuales. Utilizaremos el ejemplo del partido de fútbol. Por todos es sabido que los sujetos nunca tienen experiencias idénticas. Ello significa que la experiencia subjetiva de un individuo es inaccesible para otro. Al aplicar este axioma en el ejemplo, sabemos que no todos los asistentes al recinto deportivo ven las mismas acciones de los jugadores. El público que está sentado en las galerías verá un juego mucho más lejano que aquellos que se encuentran en las tribunas centrales, percepción que cambia mucho más si se la compara con la del árbitro del encuentro que corre a lo largo y ancho de la cancha. La calidad de la visión difiere según el punto de vista. Es más, aceptamos que el valor de la entrada al recinto varíe según la ubicación, y por ende, según la calidad de la visión. Sin embargo, a pesar de todo aquello, todos los espectadores han visto el mismo partido. El caso narrado grafica el auténtico conocimiento intersubjetivo. Se intercambian los puntos de vista y se crea un sistema de pertinencia (Schutz y Luckmann 2001). De esta forma, se pone en acción un proceso de ajuste permanente que disipa las diferencias de la realidad, creando un único e incuestionable mundo coherente. Dicho proceso sólo es posible a través de la comunicación.

El chileno Humberto Maturana, desde “la biología del conocimiento”, ha hecho un interesante aporte al estudio de la comunicación cuando constata que la existencia humana toma lugar en el espacio relacional del conversar. Esto significa que, aún y cuando desde una perspectiva biológica nosotros somos *Homo sapiens sapiens*, nuestra manera de vivir toma lugar en nuestra forma de relacionarnos unos con otros y el mundo que generamos en nuestra vida diaria a través del conversar. Pero sin duda, la conexión que hace entre la sociedad y la comunicación con el amor es el aspecto más revolucionario del intelectual chileno. Según Maturana, todo sistema social humano se funda en el amor, en cualquiera de sus formas. Si no hay amor no hay socialización genuina y los seres humanos se separan, dice Maturana. Ejemplo de esto es su tesis que explica el surgimiento de lo humano en cada individuo: plantea que la culturización empieza en el feto, cuando el embarazo comienza ser un estado deseado por la madre, y ésta se desdobra en su sentir y reflexión, dando origen en su vientre a un ser que tiene un nombre y un futuro. Identifica un momento psíquico, no un momento fisiológico-fijo. Para Maturana, el ser humano es un ser cultural, y por lo tanto surge en la culturización del *Homo sapiens sapiens*, no antes. “En otras palabras, digo que somos concebidos *Homo sapiens sapiens* no humanos, y que nos hacemos humanos en el vivir humano, aunque nuestra biología de *Homo sapiens sapiens* sea el resultado de nuestra deriva filogénica cultural humana, señala”. Por lo mismo, entiende al ser humano como constitutivamente social. “No existe humano fuera de lo social. Lo genético no determina lo humano, sólo funda lo humanizable. Para ser humano hay que crecer humano entre humanos” (Maturana 1999: 33). Es decir, reconoce la importancia de la comunicación en la construcción de lo social.

Cuarto argumento: *Toda representación (signo) es relación, no el duplicado exacto de un objeto. La relación entre sujeto y objeto sólo es posible por la tipificación mental imaginaria.*

Los argumentos expuestos previamente nos llevan a plantear que toda representación colectiva -cualquier tipo de signo- es representación de algo y de alguien. El signo no es el duplicado ni el reflejo de lo representado (el objeto), como tampoco es una creación caprichosa del sujeto comunicante. Toda representación es relación entre sujeto y objeto. Por lo tanto, la imagen como tipificación mental es un elemento clave en la acción comunicativa. Al no haber imagen no hay relación y sin ésta no hay signo. De más está decir que sin signo no hay realidad. Cuando observamos un vaso de leche sobre la mesa, vemos el objeto gracias a la relación significante que existe entre el observador de ese vaso y el vaso en sí. Lo que nos

sugiere dicho objeto se sustenta en la percepción mental: en la imagen del vaso que se construye en la conciencia. La relación entre el mundo de lo perceptual y lo material adquiere una unión indisoluble, en la medida que todas nuestras experiencias visuales o auditivas se refieren a situaciones físicas, ya sean éstas objetos tangibles o acciones que adquieren una denominación particular (libertad, control, coraje, etc.) a partir de un imaginario social. Según Mead, la realidad material es el significado inmediato de las representaciones que los individuos son capaces de captar, ya que son mediadoras por partida doble.

“Constituyen el significado de lo que yace entre nosotros y nuestros horizontes más distantes, y son los medios e instrumentos de nuestra empresa. Se interponen entre los distantes estímulos que propician nuestros actos y los goces o decepciones que los concluyen. Son las metas inmediatas de nuestros ojos y oídos, y la materia instrumental que encarna nuestros propósitos y finalidades” (Mead 2001: 4).

De lo anterior se desprende que el ser humano establece relaciones psíquicas con su entorno, sólo a través de su capacidad para tipificar imaginariamente, puede construir realidad. Sin esta capacidad, sólo seríamos seres temporales y contingentes, determinados por los instintos.

Una manera de dar respaldo a este argumento es cuestionar uno de los mitos de la semiología: la supuesta naturalidad del signo icónico. Debemos recordar que uno de los padres de la semiología contemporánea, Charles Peirce, clasificó el signo en tres tipos: símbolo, índice e ícono, dejando a este último como aquel signo que se parece al objeto que representa. Así, una fotografía del presidente de la República presenta un alto grado de iconicidad con el individuo de carne y hueso que sustenta el cargo, si se la compara con otro caso de signo icónico, como puede ser una caricatura. En ambos casos, la asociación que se hace entre la representación y el objeto representado es culturizada. Allí hay una estimulación programada desde la conciencia del observador. Por lo tanto, el ícono no deja de ser el producto de una relación, al igual que una expresión lingüística. A partir de un aprendizaje precedente nos vemos obligados a ver un resultado perceptivo semejante. La relación psíquica entre el sujeto y el objeto es, entonces, resultado de un adiestramiento. Por lo tanto, si incluso en aquellas representaciones altamente icónicas, como una fotografía, sin la relación descrita no existiría objeto observado, mal podría ser distinto para aquellas representaciones con alto grado de abstracción. La tipificación mental imaginaria contiene un carácter significante, puesto que no sólo reemplaza un elemento ausente, sino que de igual manera puede sustituir un objeto que se encuentra presente, con la finalidad de que el sujeto pueda entender mejor lo que ocurre en su medio ambiente. La representación, por ende, no es sólo una reproducción, puesto que por medio de su utilización también se está autoconstruyendo como creación individual o colectiva. A través de la comunicación del símbolo, este logra la autonomía de la premisa que la vio nacer, debido a que en este nivel siempre significará algo para alguien (para el mismo sujeto o para los otros hombres).

En todos los casos la categorización se enmarca dentro de una reproducción mental que acerca algo lejano o reemplaza simbólicamente algo ausente, que adquiere autonomía una vez que ha sido integrado. Un ejemplo lo constituye la historia narrada audiovisualmente por el director de cine Robert Zemeckis en la película *Náufrago* (USA, 2000). Allí se cuenta la experiencia vivida por Chuck Noland, un ingeniero de sistemas de una empresa de telecomunicaciones interpretado por Tom Hanks. Luego de un accidente aéreo, se convierte en el único sobreviviente de una isla remota, aislado físicamente de cualquier forma de civilización. Accidentalmente da vida imaginaria a Wilson, un rostro dibujado en una pelota de voleibol con la sangre de su propia mano. Durante los cuatro años que el Chuck habita en la isla desierta, Wilson se transforma en su único compañero. No cabe duda que Wilson tiene un lugar en la conciencia de Chuck. Existe para él. La

pelota dejó de ser pelota, transformándose en un ser con existencia imaginaria. Si hemos dicho que toda representación es la relación entre sujeto y objeto, observamos en este caso que si no se da la tipificación mental Wilson-amigo-compañero de naufragio, no hay relación Chuck-Wilson, y sin ésta no existe Wilson.

Complementando lo anterior, debemos recordar la relación definida por Castoriadis entre psique y sociedad como dos polos irreductibles, constatando, así, que la imaginación individual por sí sola no puede producir significación social. Es decir, la creación de significaciones sociales imaginarias, no surgen de procesos naturales a-sociales, sino que es la sociedad la que se instituye a sí misma por medio de representaciones. “El mundo de las significaciones instituido en cada oportunidad por la sociedad no es, evidentemente ni un doble o calco (reflejo) de un mundo real, ni tampoco algo sin ninguna relación con un cierto ser-así natural” (Castoriadis 1989: 304). De más está decir, entonces que, en el caso de la película mencionada, la existencia de Wilson (como signo) sólo era posible porque Chuck estaba ya socializado.

Quinto argumento: *Los imaginarios sociales actúan como sustento de conservación, cambio y filtro de una realidad significante multidimensional.*

Los imaginarios sociales son un factor de equilibrio psicosocial. Actúan compensando las diferencias y vacíos cognitivos, superando el excesivo racionalismo de la modernidad. De este modo, fortalecen la tendencia conservadora de todo orden social hacia su permanencia y reproducción. Ello explica la atribución de rasgos absolutos a algunas áreas del conocimiento, por ejemplo, en el área económica. Hoy día no se discute la pertinencia del capitalismo como modelo macroeconómico. Esta superestructura se sustenta en sólidas bases imaginarias: libertad, competencia, igualdad, felicidad. Es más, se caricaturiza de atrasada y totalitaria cualquier propuesta de resistencia al modelo. En casos extremos, se argumenta desde un añejo darwinismo social: “es natural la competencia, pues finalmente ganarán los más fuertes...¡véanlo en los animales!!”, diría un fanático. De ahí que el gran desafío de cualquier método de deconstrucción discursivo sea “hacer visible la invisibilidad social” (Pintos 1995). Esta tesis tiene el imparable efecto de abarcarlo todo. Porque si lo que nos rodea son sólo interpretaciones de la realidad dominadas por imaginarios que aseguran la estabilidad y permanencia del orden social, también el conocimiento es el resultado de una construcción imaginaria. En este sentido, son las prácticas cotidianas las encargadas de otorgar legitimidad a la imagen que tenemos del mundo y de descartar cualquier forma de conocimiento que no cuadre con los métodos objetivos tradicionales, idea tan extendida por el discurso académico de occidente.

Otro punto a considerar es que si las diferentes concepciones imaginarias, categorías e instituciones del mundo son específicos de una cultura y un momento histórico determinado, entonces las reglas que rigen la comunicación también son variables según la época y el lugar geográfico. Por lo tanto, es preciso reconocer que esta determinación cultural relativiza cualquier gramática interaccional, y con ello el concepto de norma. Así, lo que puede ser catalogado como educado hoy, podría no seguir siéndolo mañana. El problema surge al aplicar un estudio de comunicación multicultural a formas de conducta situacionales entre dos culturas contemporáneas o en una misma cultura, pero en épocas diferentes. ¿Cómo determinar lo que es una norma interaccional más estable de aquella que es transitoria si al fin y al cabo todas están bajo las órdenes del cambio? Probablemente una respuesta sería la determinación de criterios de clasificación a priori. Sin embargo, también es cierto que cualquier categoría o criterio de clasificación empleado no corresponde necesariamente a divisiones reales presentes en la naturaleza. Por lo tanto, el desafío y la responsabilidad es del investigador: definir los criterios metodológicos que utiliza, pero enmarcados en una construcción absolutamente arbitraria.

Una manera de dimensionar los efectos de los imaginarios sociales en la comunicación es el de la paradoja de la mutabilidad e inmutabilidad de la realidad social. El lingüista Ferdinand de Saussure ya había planteado algo similar, pero enfocándolo a la evolución y a la permanencia del signo lingüístico: cambia y no cambia (Saussure 1983). Desde la tesis que presento, la paradoja de Saussure tiene perfecta aplicación a un ámbito más amplio, y donde la comunicación tiene un papel sustantivo. Toda inmutabilidad implica imposibilidad de cambio o transformación. Una estabilidad que, en el caso de la realidad social, está garantizada por las prácticas sociales, y por la legitimidad que dichas prácticas le otorgan al orden institucionalizado. Es más, esa estabilidad es necesaria para el progreso y el desarrollo de los seres humanos. Sólo un anarquista podría afirmar que la inestabilidad y cambio permanente son buenos para asegurar las bases de una mínima institucionalidad. Es la comunicación, y particularmente el lenguaje, el instrumento que la cultura utiliza para asegurar dicha inmutabilidad. Pero es al mismo tiempo la encargada de introducir los cambios necesarios para que esa realidad social permanezca saludable, transformándola en una realidad vulnerable y en constantes procesos de legitimación.

Los imaginarios actúan, asimismo, como filtros de lo que será socialmente reconocido. En este punto adquiere validez la analogía entre la forma en que percibimos la realidad con el funcionamiento que tiene una cámara fotográfica. Es decir, la realidad la filtramos tal como lo hace un fotógrafo al emplear una cámara con muchos filtros, pero que en este caso se expresan en elementos culturales: el significado de las palabras, las creencias religiosas, la época, el factor biográfico, por mencionar sólo algunas. Utilizaremos la metáfora que identifica en el mapa algo no equivalente al territorio. El territorio y el mapa nunca coinciden con exactitud, siempre el territorio es más complejo que el mapa. La realidad es y será más compleja que lo observado. Es decir, todos los intentos humanos de explicar la realidad sólo serían construcciones o representaciones, mapas de territorios, modelos de una realidad a la que sólo podemos tener acceso mediante observaciones primarias. Los imaginarios ayudan en dicha percepción, actuando como lentes a través de los cuales se hace posible una primera observación de la realidad. Tener en cuenta esto nos capacita para actuar como observadores de segundo orden. Es decir, volver la mirada y observar el mapa desde donde miramos el territorio.

Constatamos, de este modo, la distorsión que la experiencia individual y el efecto de los filtros produce en la comprensión de la realidad. Esta reflexión nos lleva a la siguiente máxima: el ser humano debe reconocerse a sí mismo como parte de un mundo compuesto por una realidad multidimensional, compuesta de biografías, saberes transitorios y certezas espacio-temporales. En ese intento de reconocimiento, es necesario asumirse como un individuo con privilegios. Porque a diferencia de aquel hombre primitivo analfabeto, quienes estamos en el mundo académico, y a pesar de ser parte de una realidad mucho más compleja, somos capaces de individualizar el factor que alimenta dicha complejidad: la cada vez más fuerte especialización del saber, superando, no sin dificultades, las cargas morales que caen sobre quienes que se atreven a reconocer la existencia de otras realidades.

Sexto argumento: *No es posible salir de la comunicación para acceder a los orígenes de ésta. El determinismo lingüístico impide comprender la verdadera naturaleza de lo humano.*

La perspectiva que presento en estas páginas muestra una nueva forma de dimensionar lo que es el ser humano desde la comunicación: la acción social más antigua de todas, el sedimento de todas las demás y la que nos convierte en elementos de una red discursiva. La realidad social es fruto de los procesos sociales, por lo que ni el mundo ni las personas tienen una naturaleza visible previa a la conciencia y, por ende, fuera de la capacidad imaginante. Por lo tanto, afirmar que la naturaleza de las personas depende de factores genéticos o innatos sería expresar un punto de vista esencialista. Así, el individuo se ha de percibir desde los presupuestos

de un anti-esencialismo que propugna la importancia del lenguaje en la interacción y el cambio social. El determinismo lingüístico es el argumento que mejor grafica un enfoque anti-esencialista de cómo se configura la realidad significativa. Hoy día nadie discute que el lenguaje es la condición previa del pensamiento y el proceso comunicativo por excelencia a partir del cual adquirimos los conceptos para entender el mundo. Sin lenguaje no hay conciencia, sin conciencia no hay comunicación, sin ésta no hay realidad significativa. El lenguaje es el gran instrumento humano para la construcción de mundos posibles a partir de las objetivaciones, legitimaciones e internalizaciones (Berger y Luckmann 1999) de que es objeto la realidad.

Este rasgo significativo se observa incluso en aquel hombre primitivo analfabeto de los pueblos originarios de Occidente, alejado de los estímulos de un mundo tecnologizado como el actual. Su percepción se basó en sus cinco sentidos, careció de una visión lineal del tiempo, no fragmentó ni categoriza su realidad, y careció de un poder de abstracción (McLuhan 1998). Pero, así como ese hombre primitivo vivió "su realidad" más simple, quienes nos autodenominados civilizados gozamos de mayor libertad frente al entorno. Esa libertad está determinada por el grado de conocimiento que el ser humano tenga de la existencia de otras realidades, constituyendo el propio conocimiento una especie de liberación.

Ahora bien, la radicalidad de este enfoque nos presenta un dilema: cómo comprender el fenómeno de la comunicación desde nuestra posición como seres comunicantes. Es un callejón sin salida. Una paradoja. Debemos recordar que la única forma de esencialismo puro estaría en los orígenes de la humanidad. Sólo en aquel momento se pudo haber concebido al individuo con los rasgos innatos de animal comunicante, pero en su concepción más pura, sin los elementos simbólicos que hoy día le permiten dimensionar la presencia social del otro. Así, la humanización del individuo que surge desde el momento de su nacimiento condicionaría no sólo la forma cómo nos comunicamos, sino también el hecho de que nos comuniquemos. El tema, entonces, toca algo que para muchos no está resuelto: ¿qué es primero en la historia del individuo como "ser humano": la cultura o la comunicación? El lector advertirá que sólo un sujeto consciente puede comunicar, pues la conciencia le otorga el don de significar y de interpretar su universo imaginario-significante, pero a su vez esta capacidad consciente descansa sobre esas bases significantes, o sea, la cultura. Una tesis fue presentada hace algunos años por el zoólogo Desmond Morris, en su clásico libro "El mono desnudo" (Morris 1972), al describir cómo surge la vida del ser humano en comunidad: probablemente la necesidad de alimentarse y hacer frente a las inclemencias del medio ambiente, empujaron a los primeros habitantes del planeta a comunicarse, momento que marca el inicio de su vida cultural. Originalmente, el hombre sólo hace uso de su instinto gregario, pero posteriormente surge la necesidad de vivir en comunidad para facilitar la captura de otros seres vivos. Es decir, hay sociedad donde hay necesidad de vivir en cooperación y, por ende, de coordinación. Y si es por medio de la comunicación que construimos la realidad social, el origen de ambos - comunicación y cultura- es compartido. Con el primer acto comunicativo surge el primer germen cultural. En la actualidad esta cuestión es irrelevante. Todas las teorías sociales concuerdan en que por muy reducido o por muy rudimentaria que sea una comunidad humana, siempre está presente el elemento cultural. Es decir, el individuo como "ser humano" no tiene posibilidad extra cultural, por lo que sería prácticamente imposible determinar la verdadera naturaleza comunicante de lo humano. En otras palabras, este "edificio" imaginario llamado sociedad es el único responsable de que usted y yo estemos conectados a través de estas líneas.

Los argumentos presentados en estas páginas son constantemente cuestionados por quienes ven en ellos una forma de determinismo histórico y cultural, y por los que añoran del individuo su rol como agente de cambio social. La verdad es que no es eso lo que se está afirmando, pues es el propio individuo a través

de la comunicación el verdadero revolucionario de su tiempo. El hombre no sólo protagoniza su propia historia, es quien también la escribe y la vuelve a reescribir. Quien aborda las ventajas de esta postura es Paul Watzlawick, a través de una defensa a la tolerancia como la mejor arma para evitar la imposición de cualquier clase de totalitarismo ideológico. Así, nadie puede atribuirse el mérito de tener la única clave para solucionar los problemas sociales, con la excusa de que conoce la absoluta realidad política de las cosas. La historia europea de mediados del siglo XX ha demostrado los terribles efectos que tiene para la humanidad la creencia que una determinada visión del mundo está por encima del resto, descartando cualquier otra posibilidad de percepción.

## CAPÍTULO 3

**La opinión pública y los imaginarios sociales:  
hacia una redefinición de la espiral del silencio**

La investigadora alemana Elisabeth Noelle-Neumann a través de su Teoría de la Espiral del Silencio -propuesta a finales de los años 70- amplía la definición de opinión pública hacia temas no exclusivamente políticos. La autora concibe la opinión pública en su dimensión psicosocial, distanciándose así de las tesis elitistas que dominaron su interpretación durante el siglo XIX y gran parte del XX, convirtiéndola en una especie de ojo público que vigila todos los ámbitos de la esfera social. En este sentido, toma la idea manifestada años antes por José Ortega y Gasset (1937). “La vida pública no es sólo política, sino, a la par, y aún antes, intelectual, moral, económica, religiosa; comprende los usos todos colectivos e incluye el modo de vestir y el modo de gozar”, dice el pensador español. Y es que el concepto de “pública” -según Noelle-Neumann- debe entenderse en el sentido de apertura, es decir, ver al público como un tribunal, como un juez ante el cual el individuo tiene que comportarse correctamente, si es que quiere evitar que los aislen. Pero esta noción de la opinión pública como control social, que todo lo ve y todo lo juzga, es invisible ante los ojos de la sociedad. Y me permito citar textualmente a la autora: “Nos damos cuenta de la enorme presión que ejerce sobre todos los miembros de la sociedad, de la misma manera que no nos fijamos en la presión atmosférica, pero lo cierto es que es tremenda” (Noelle-Neumann 1984)

La teoría de la espiral del silencio se explica a partir de cuatro supuestos básicos, todos relacionados entre sí: primero, las personas tenemos un miedo innato al aislamiento; segundo, la sociedad amenaza con el aislamiento al individuo que se desvía; tercero, como consecuencia de ese miedo, el individuo intenta captar corrientes de opinión; y cuarto, los resultados de ese cálculo afectan la expresión o el ocultamiento de las opiniones. Sin embargo, estos supuestos se pueden resumir en un solo razonamiento: la opinión pública es entendida como un mecanismo social que hace posible la cohesión y la integración de los grupos humanos.

Y es en este punto donde un análisis de las emociones desde la perspectiva de los imaginarios sociales cobra sentido. Si entendemos que las emociones, al igual que otra serie de constructos, tienen una naturaleza lingüística y una connotación simbólica, el denominado miedo al aislamiento no es una excepción. Partimos de la base, entonces, que el miedo es una emoción que aprendemos a sentir, producto de un complejo proceso de socialización. Se presenta como algo creado, intangible, que sólo puede ser expresado a través del lenguaje y en cuyo significado están presentes discursos dominantes cargados de una gran dosis ideológica. En síntesis, se trata de un imaginario social. Como dice Carolyn Saarni (1993), “las emociones tienen la característica de ser emergentes y resultan de la convergencia de diferentes condiciones tales como el escenario social donde se desarrolla, el estado cognitivo del sujeto e inclusive su misma disposición fisiológica (...)”. En este sentido, Miquel Rodrigo (2001), parafraseando a Armon Jones (1988), expone los postulados que podrían definir una concepción construccionista sobre las emociones. Primero, se caracterizan en que sus contenidos no son naturales sino determinados por sistemas de creencias culturales y morales de una comunidad determinada; segundo, son asimiladas por la persona al aprender ésta las creencias, los valores, las normas y las expectativas de su cultura; y tercero, son patrones socioculturales determinados por la experiencia y que se manifiestan en situaciones sociales específicas. Es decir, y

citando a Rom Harré (1988), “ira sólo puede ser aquello que cierta comunidad designa con la palabra ira”. Si aplicamos esta premisa para analizar la teoría de Noelle-Neumann, obtenemos algunas conclusiones que desde un análisis crítico no merecen duda: la espiral del silencio tiene perfecta aplicación práctica en cualquier Estado occidental, pero esa lógica se pierde al aplicarla a otra dimensión espacio-temporal.

### ***El miedo al aislamiento y su connotación esencialista***

La investigadora parte de una premisa aceptada como verdadera, y que es apoyada desde una perspectiva bio-antropológica. Sostiene que las personas, al igual que los animales, tienen un miedo innato al aislamiento. La idea es reforzada por un reciente estudio que indica que este temor al aislamiento se encuentra localizado en una zona del cerebro, es decir, se trataría de un miedo orgánico. Sin embargo, también es cierto que para zanjar definitivamente este tema -que aún está en discusión- habría que investigarlo empíricamente en diversas formas de interacción social. El problema surge de inmediato. Hoy día todas las teorías sociales sobre comunicación concuerdan en que por muy reducido o por muy rudimentaria que sea una forma de grupo social, siempre está presente el elemento cultural. Es decir, el ser humano no tiene posibilidad extra cultural, y un estudio antropológico arroja la misma dificultad.

Llegar a un acuerdo sobre este tema resultaría costoso e improductivo. No se podría analizar este miedo al aislamiento fuera de lo que se considera “la naturaleza humana”. Porque tal como señalan Peter Berger y Thomas Luckmann (1966), el organismo humano sigue desarrollándose biológicamente aún después de nacer, cuando ya ha establecido relación con su ambiente (y por ende con su cultura). Señalar que el ser humano biológicamente quiere ser aceptado y teme el rechazo de sus pares tiene una connotación esencialista. Y eso hace suponer que todos los individuos de todas las culturas que existen y que han existido sufren o han sufrido este temor innato a ser aislado del grupo. De hacerlo se estaría imponiendo una característica propia de la cultura occidental -que parece evidente- al resto de las sociedades. Quienes nos hemos criado en la parte del globo donde predominan la democracia, la igualdad, la libertad económica, la estratificación por clase social, etc., podemos corroborar, sin temor a equivocarnos, que este temor al aislamiento existe en nuestras prácticas sociales y probablemente siga existiendo. Pero eso dista muchísimo a afirmar que sea algo inherente a la sola condición de ser humano. Se trata de un imaginario con profundos efectos colectivos.

El rechazo al aislamiento sólo puede expresarse en la relación de un individuo con otros individuos, es decir, en procesos de interacción humana. Y si la realidad simbólica es fruto de procesos sociales, ni las personas ni sus emociones tienen una naturaleza determinada previamente. Parafraseando a Berger y Luckmann, es el hombre quien construye su propia naturaleza. “Los hombres producen juntos un ambiente social con la totalidad de sus formaciones socio-culturales y psicológicas. Ninguna de estas formaciones debe considerarse como un producto de la constitución biológica del hombre” (Berger y Luckmann 1966).

La tesis del miedo al aislamiento sería una teoría psicológica como cualquier otra, producto de una época y de una cultura, y por lo tanto no podría arrogarse el mérito de describir la naturaleza social definitiva del ser humano. Tal como sostiene Vivien Burr (1995), “si todas las formas de conocimiento son específicas desde el punto de vista histórico y cultural, el conocimiento generado por las ciencias sociales no puede ser una excepción”. Aceptar lo contrario sería hacer un planteamiento realista, es decir, aspirar a descubrir la verdadera naturaleza de las personas y de la vida social, en oposición a lo que se ha denominado “la especificidad histórica y cultural del conocimiento”. Este anti realismo recoge la idea principal de este punto de vista transdisciplinario, y pone en duda aquel discurso que sostiene que nuestras

observaciones del mundo representan una imagen fiel, objetiva e imparcial de la realidad.

El principal argumento en el que se sustenta la teoría de Noelle-Neumann, es el de una visión “individualista” de las relaciones sociales. Ello porque descarta la posibilidad de que ese miedo al aislamiento pueda ser parte de un proceso de construcción cultural a partir de una forma de discurso imperante: aquel que nos dice que debemos comportarnos u opinar como lo hace la mayoría. La importancia de este discurso individualista se reconoce al momento de ver en los sentimientos determinadas cualidades que llegan a constituir lo humano, entre ellos la emoción como contrapartida de la razón. Ejemplo de esto es la gran influencia de marcos conceptuales típicos como los discursos sobre el amor romántico o el instinto materno. Es decir, ese miedo al desprecio que da origen a la espiral del silencio tiene validez única y exclusivamente en formas de organización como la nuestra: donde el discurso individualista del prestigio social es básico para lograr una buena autoestima (si no se es igual al resto se es inferior), con un sistema económico basado en la libre competencia y la igualdad individual, con un sistema político basado en la participación democrática, con medios de comunicación tecnológicos influyentes y donde la dimensión individual del ser humano constituye el punto de partida del conocimiento. Todo este conjunto de normas escritas y no escritas, convenciones, modas, hábitos y costumbres representan el repertorio discursivo perfecto capaz de alimentar las ideas de respeto, aprecio y aceptación, y que el individuo “reifica” como si fueran resultado de leyes cósmicas y universales. Se trata de imaginarios sociales.

Pero ¿qué ocurriría en otras formas de organización social?, ¿allí donde el ser diferente al resto no constituye un castigo social? Probablemente ese temor al aislamiento quedaría reducido a pequeños casos individuales, pero que de ningún modo alimentan una argumentación biologicista de la naturaleza social del hombre, tal como lo destaca la investigadora en cuestión. Según uno de los pilares en los que se sostiene la teoría de los imaginarios sociales, el mayor error en el que puede caer todo ser humano -y sobre todo un investigador- es el de conceder al orden institucional vigente un status ontológico, capaz de validar teorías sociales que superen los límites del tiempo y el espacio. Porque tal como señala el psicólogo Kenneth Gergen (1973), “no tiene sentido crear descripciones definitivas de las personas ni de la sociedad, porque lo único perdurable de la vida social es su capacidad de cambio continuo”.

El intento por validar desde un punto de vista esencialista la concepción de opinión pública elaborada por Noelle-Neumann va más allá de la propia autora. La investigadora española Elisa Chuliá Rodrigo describe algo similar en su tesis de master titulada “La opinión pública en Don Quijote de la Mancha. Una comprobación de teoría de la espiral del silencio”. En dicha investigación, Chuliá ofrece una nueva interpretación de la novela de Cervantes, a partir de la conflictiva relación del escritor español con la opinión pública. En uno de los apartados referidos a los límites de la opinión pública, reconoce que en cualquier análisis sobre este fenómeno es necesario tener en cuenta las variables de “tiempo” y “lugar”, pero aplicando dicha relatividad sólo a su contenido temático. (“...” el contenido de la opinión pública, al contrario que su mecanismo y función, carece de una naturaleza universal, es decir, no representa un complejo estable de elementos con validez general. La opinión pública no posee restricciones temáticas, pero sí límites temporales y geográficos. Así, lo que hace unas décadas estaba castigado socialmente, puede constituir hoy un comportamiento tolerado; una conducta que en una sociedad determinada suscita aceptación, en otra, simultáneamente, puede provocar un rechazo” (Chuliá 1993). En dicha cita, Chuliá provoca confusión al considerar sólo como argumento construccionista la ubicación espacio-temporal de los denominados temas de opinión pública, pero dejando fuera cualquier análisis sobre el proceso de formación de aquella. Es decir, implícitamente se reconoce como



universalmente válido el principal postulado de la espiral del silencio, pero se relativiza la temática pública. La interiorización que el individuo hace de determinadas pautas de comportamiento para ser aceptado en el grupo es la alternativa que el construccionismo haría a la propuesta biologicista de Noelle-Neumann. Es decir, el hecho que los miembros de la sociedad tengamos que adoptar determinadas maneras de ser o de opinar no es más que otra forma de institucionalización.

Siguiendo el razonamiento que hacen los autores del clásico "La construcción social de la realidad", esta forma de ser y de opinar en conformidad a un entorno social ha sido internalizada por el individuo, convirtiéndola en su realidad objetiva, y por ende, en un aspecto relevante de su vida cotidiana. Así, sabe de antemano qué opiniones puede expresar en público y cuáles no, si no quiere arriesgarse a ser "castigado". Tan reales se han convertido esas normas de conducta, que el individuo es capaz de desarrollar mecanismos de control interno que son expresados en forma de vergüenza o bochorno. De este modo, no es que una actitud conformista obligue al individuo a actuar imitando a sus semejantes. Es sólo el producto de su "socialización primaria", aquella fase de la internalización del mundo exterior que se caracteriza por contar con una enorme carga emocional. Una etapa donde el individuo aprende a ser "sí mismo" y a sentir, a partir de la imagen que de él tienen los demás y a actuar conforme a esa realidad objetivada.

En el análisis que hace la alemana, también menciona los riesgos reales que para la sociedad tendría la aceptación de la disidencia de unos pocos. Según ella, la sociedad exige una rápida conformidad en torno a las cuestiones que están experimentando cambios, es decir, cualquier alteración de las normas no sólo afectaría a la unidad del grupo, sino también su integridad. De este modo, y tal como lo sostiene el jurista alemán citado por la autora, Rudolph von Ihering (1883), en la tesis del aislamiento está presente también una reacción de autoprotección de la comunidad ante el peligro de que puedan verse lesionados sus intereses.

Al deconstruir el imaginario llamado "sociedad" se obtiene la siguiente máxima: no es que ésta reaccione como un organismo vivo que ve el peligro ante sus ojos, sino que se consolida una especie de afectividad institucional. Son determinadas instituciones las que ponen de manifiesto su preocupación cuando ven afectada su legitimidad, y por ende, su existencia. Así como en su etapa de nacimiento, las instituciones necesitan de "principios estabilizadores" que impidan su muerte prematura (M. Douglas 1986), en períodos de crisis recurren a los mismos mecanismos: justifican su existencia en la naturaleza y en la razón, evitando así cualquier renovación "desde dentro". Sólo en situaciones de crisis extrema -como revoluciones políticas o morales- las instituciones afectadas son capaces de adaptarse al cambio, como última estrategia para no desfallecer.

A partir de los ejemplos descritos por Noelle-Neumann en su libro (1995), se llega a la conclusión que efectivamente los individuos tienen temor a sufrir reacciones adversas cuando el clima de opinión está en su contra. "Ruedas pinchadas, carteles arrancados o rotos, ayuda negada a un forastero perdido...esta clase de situaciones demuestra que la gente puede sufrir incomodidades e incluso peligros cuando el clima de opinión está en contra de sus ideas". Pero son estos climas de opinión el resultado de la acción desestabilizadora de los discursos dominantes empleados por las instituciones como mecanismos de autodefensa, y que afectan una denominada "afectividad colectiva". En este punto parece oportuno citar lo escrito por Berger y Luckmann en relación a los problemas que enfrentan aquellos individuos que comparten versiones divergentes acerca del universo simbólico oficial. Según los autores, la versión alternativa de la realidad objetivada representa una amenaza teórica no sólo para el universo simbólico, sino también una amenaza práctica para el orden institucional legitimado. Si bien los sociólogos no detallan los "procedimientos represivos empleados contra tales grupos por los custodios de las definiciones oficiales de la realidad", un buen ejemplo mencionado

es el de la herejía como castigo más allá de lo terrenal aplicado, en una época pasada, a quienes se atrevían a cuestionar un discurso autocalificado como verdad absoluta.

De este modo, el mantenimiento de los universos simbólicos que dan sustento teórico a las diversas comunidades sería un factor decisivo en la existencia de situaciones de aislamiento. Ante el peligro de que las instituciones vigentes puedan verse afectadas por cambios en la percepción de la realidad social (cambios de opinión), operan mecanismos conceptuales encargados de mantener el amplio abanico de sub universos simbólicos: el derecho, la ciencia, la filosofía o la mitología. Cualquier alteración al statu quo provoca la reacción inmediata de las instituciones afectadas, creando por todos los medios prácticos de que dispone la percepción de cuál es la opinión minoritaria y cuál la dominante.

Esta tesis se puede aplicar en el ejemplo de los pigmeos del Congo, utilizado por Noelle-Neumann. Cuando Cephu -un viejo cazador de la tribu- transgrede las reglas de la caza, es aislado por el resto del grupo. El hecho de que haya puesto en secreto su red en la selva por delante de las demás, puso en peligro la institución de la caza, y con ello la subsistencia de todo el grupo. De haberse aceptado la acción de Cephu, existía el riesgo de que el universo simbólico de la cooperación terminara para siempre. Se impuso la institucionalidad.

#### ***Los medios de comunicación como recreadores de la realidad***

En el análisis que hace la autora no están ausentes los medios de comunicación de masas. Al contrario, el fenómeno de la espiral del silencio se basa en el supuesto de que son los medios la fuente más importante de observación de la realidad con que cuenta el individuo para enterarse de cuáles son las opiniones dominantes y cuáles las que conducen al aislamiento. Es decir, no influirían en cómo pensar, sino en cuándo hay que hablar o quedarse callado. Según este razonamiento, lo que dicen o dejan de decir los medios de comunicación es relevante en la construcción de la opinión pública. Noelle-Neumann resume esta particular influencia mediática en lo que denomina principios de "consonancia" y "acumulación", según los cuales todos los medios y todos los periodistas insisten en los mismos temas y adoptan las mismas posiciones, "canalizando" (Dader 1990) la atención del público. Se trataría de una especie de presión ambiental con un efecto de amplificación o unificación temática, creadora -como dice Noelle-Neumann- de una "mayoría silenciosa" incapaz de compartir públicamente su postura, cuando la posición de los mass media aparece como opuesta. Se crea, así, un marco narrativo que rodea a la afectividad. Este poder de los mass media se explica al analizar su rol como agentes constructores de la realidad social, pero entendiendo esta realidad no como una cosa ontológicamente dada, sino como el resultado de acciones sociales intersubjetivas. En este sentido, los medios de comunicación tecnológicos son capaces de crear o "recrear" simbólicamente lo cotidiano, lo normal y lo que es por todos aceptado. Construyen lo real (David Altheide 1985); aun cuando, como diría Paul Watzlawick, se trata de una versión de la realidad entre muchas otras, y no por ello más o menos válida.

Si la realidad no escapa a como los medios la interpretan o la definen, entonces debemos hablar de objetivación y no del papel objetivo de los medios. En este sentido, el concepto de objetividad -enseñado en todas las facultades de periodismo- entra en crisis (Adam Schaff 1976), y pasa a ser el resultado de internalizaciones y reelaboraciones completamente subjetivas, que una vez externalizadas alcanzan su objetivación. Tal objetivación se confirma al ver como los mass media se han legitimado como "reflejos de la realidad" o "depositarios de la verdad", categorización que se entiende a partir de lo que Berger y Luckmann (1966) definieron como el proceso de institucionalización de las prácticas y roles. Esto se aprecia en la preocupación constante por lo que muestra o deja de mostrar la

televisión o en el terror que significa para algunos ciudadanos leerse a sí mismos en una entrevista.

Este rol socialmente legitimado e institucionalizado de los medios está tan asumido, que no somos capaces de cuestionarlo. Esto se debe, en parte, a que los medios ejercen funciones sociales que ya están institucionalizadas. Como señala Gaye Tuchman (1978), ofrecen información a los consumidores y refuerzan otras instituciones sociales ya consolidadas. Se sitúan, en definitiva, en una especie de papel mediador entre el Estado y los ciudadanos. Se trata de un rol presente en el sentido común, el cual lo entiende como parte de su "régimen de verdad". Citando a Foucault (1981), "cada sociedad tiene su política general de la verdad, es decir, los tipos de discurso que acoge y hace funcionar como verdaderos o falsos, el modo como se sancionan unos y otros; las técnicas y los procedimientos que están valorados para la obtención de la verdad; el estatuto de quienes están a cargo de decir lo que funciona como verdadero". Así, los medios están dispuestos a dar su cuota de verdad, y se les reconoce por ello. Noelle-Neumann ratifica esto implícitamente cuando describe que los medios crean la opinión pública en tanto proporciona la presión ambiental a la que las personas responden con solicitud, ya sea con el consentimiento o con el silencio. Es decir, los individuos ven en los medios el verdadero barómetro de la discusión pública: el "fiel reflejo" de las opiniones dominantes y minoritarias presentes en la comunidad. Si ello no fuera así, la influencia de los medios en la espiral del silencio sería sólo aislada.

Asimismo, este encapsulamiento de temas que se produce a partir de la consonancia y acumulación se entiende en la necesidad de "sedimentar" la realidad (Berger y Luckmann, 1966), es decir, estereotipar parte de la totalidad de las experiencias humanas para que sean fácilmente reconocibles, sin necesidad de reconstruir su proceso inicial de formación. Lo anterior se complementa con el concepto de "simplificación" acuñado por Niklas Luhmann (1981) como respuesta a la creciente complejidad de la realidad social. Como dice José Luis Dader (1990), el individuo corriente busca que le den las cosas hechas y tal deseo de simplificación resulta especialmente importante en el plano de la comunicación social. "En los medios periodísticos se comparte una unidad de lógica selectiva, conforme a los estereotipos de actualidad y captación de atención, que resultan indispensables en los restantes subsistemas".

No sólo la labor de los medios está institucionalizada, sino que también su contenido. Donde mejor se aprecia esto es en lo que el discurso periodístico ha denominado "noticia", y que se percibe como un imaginario que es parte integral de un discurso, y que existe y tiene significado sólo en relación con otras instituciones y discursos que actúan a la vez. Es más, probablemente su proceso de producción no sea tarea fácil para cualquiera, pero un individuo normal podría identificarla de inmediato: existe un sentido común que nos dice cuándo un hecho merece la pena ser contado por los medios. O como diría Alfred Schütz, nuestro acervo de conocimiento así nos lo indica. Gaye Tuchman (1978) plantea esta cuestión al ver la noticia inserta en una institución social y encargada de otorgar un carácter público a los sucesos de que se ocupa, por lo que cumple con los requisitos propios de una institución (en el mismo sentido otorgado por Berger y Luckmann). Tiene una historicidad propia, refleja las relaciones de lo público y lo privado, objetiva y clasifica los hechos susceptibles de convertirse en noticia, institucionaliza fenómenos sociales como problemáticos y construye su propia escala de valores. Además, construye el rol social del periodista, cuyo atributo socialmente más reconocido es, paradójicamente, el de la objetividad.

Sin embargo, este reconocimiento de los medios como creadores de climas de opinión es una cuestión no dilucidada por aquellos autores críticos que estudian la relación entre discurso y poder. Esta postura ve en aquellos, el instrumento y el cauce a través del cual las fuerzas con poder expresan su enfoque de la realidad. Según esta lógica, los medios de comunicación no actúan independientemente, y

sólo serían capaces de cumplir un papel como intermediarios entre estas fuerzas y el público. El problema está en el determinar hasta qué punto los medios son utilizados como altavoces que magnifican las opiniones de otros, o se les considera partidarios de la acción política (Casas 1999).

En este sentido, resulta interesante la crítica al discurso androcéntrico que efectúa la historiadora española Amparo Moreno (1986) como influenciador de los medios de comunicación. Según la autora, el androcentrismo informativo -forma de explicar la realidad a partir de un punto de vista del colectivo de varones que se sitúan en el centro hegemónico de la vida social- comete el error, entre otras cosas, de potenciar todo lo relacionado con el ámbito público, de construir hechos noticiosos prototípicos y de crear enfoques en relación no con temas, sino con personas. "Los medios enfocan a personas y las convierte en protagonistas del espacio social", señala. Detrás de este enfoque estaría el poder de una clase de varones -y de mujeres- dominante que se auto acusa al proclamarse como conocimiento universal y generalizable.

Pero la teorización sobre la función unificadora de los medios pierde toda su utilidad práctica en aquellos lugares donde la presencia de los medios masivos es reducida o prácticamente inexistente. Sin consumidores mediáticos, la influencia tecnológica que describe Noelle-Neumann para explicar la espiral del silencio queda en el aire. Tal como lo describe el periodista y escritor polaco Ryszard Kapuscinski, "(...)en diversas regiones de África, la televisión, la radio e incluso los periódicos, son inexistentes. En Malawi no hay más que un periódico; en Liberia, dos, bastante mediocres por otra parte y ninguna televisión. En numerosos países la televisión no funciona dos o tres veces al día. Y en vastas extensiones de Asia -por ejemplo, en Siberia o en Mongolia- hay algunas redes de televisión, pero las personas no disponen de receptores que les permitan captar los programas (...) Una gran parte de la humanidad vive todavía fuera de la influencia de los medios" (Kapuscinski 1998). Las preguntas que surgen, entonces, son dos: ¿qué parámetros utilizan estos individuos para darse cuenta de cuál es la opinión mayoritaria? y ¿quiénes amplifican las palabras o los argumentos que se puedan utilizar para defender un punto de vista?

La respuesta está en el papel de las emociones en este tipo de cobertura mediática. Su carácter de dispositivo de control social podría darnos algunas pistas. En este sentido, la tesis que planteo es la siguiente: el discurso sobre la universalidad, la no relatividad, la naturalidad y la autenticidad de las emociones permite legitimar las coberturas informativas mediáticas y con ello la construcción de un tipo de opinión pública.

Los efectos de esta tesis se aprecian en la construcción de la agenda informativa. De este modo se objetivan determinados hechos como temas de interés público a través de las emociones. Y esto explica una seguidilla de consecuencias: al mismo tiempo se asegura una misma "frecuencia" noticable; se construye una agenda supuestamente más humana, ya que se está hablando de lo que no se discute (lo que se siente); se crea un clima de opinión unánime, con una supuesta universalidad de las emociones (por ejemplo, condenar un atentado sería lo lógico y lo natural, propio de la raza humana); y con ello, se puede hablar de un "sexto sentido" capaz de percibir el clima de opinión o postura dominante.

#### ***La opinión pública como sistema de control social***

Otro postulado en el que se basa Noelle-Neumann es el que entiende la opinión pública como un tribunal, ante quien el individuo debe comportarse correctamente. O sea, una "inferencia". Así como muchas otras construcciones teóricas, la idea de ojo público no puede ser corroborada mediante alguna prueba objetiva que demuestre su existencia. Es decir, se nos ha enseñado que nuestro

comportamiento es juzgado continuamente por un ojo censor, que aprueba o desaprueba lo que hacemos en público.

La misma lógica reduce esta definición a un discurso que distingue lo público de lo privado, como si fueran dos realidades separadas, con códigos de conducta completamente opuestos e irreconciliables, y en un intento por liberar de cargas morales todo aquello que queda fuera de la "mirada" de este tribunal. Sería otra forma de categorizar nuestra relación con los demás. El problema, entonces, está en esta insistente percepción de lo público y lo privado como elementos de una dicotomía. Como lo sostiene Edward Sampson (1989), aludiendo a Jacques Derrida, estas formas de dicotomía, están presentes en el discurso de las sociedades occidentales hace muchos años, creando oposiciones binarias como instrumentos para comprender la realidad social. En lugar de aceptar lo público y lo privado como realidades humanas opuestas, se debe apelar a la desconstrucción de estas dicotomías, porque permitirían reflejar una nueva dimensión del ser humano, dejando de lado los discursos que constantemente lo construyen.

Finalmente, la función de control social que la investigadora le otorga a la opinión pública no hace sino elevarla a la categoría de institución. Para Noelle-Neumann, la opinión pública -al igual que la familia, la educación, el derecho o la política- "tiene la misión de integrar la sociedad y asegurar un grado suficiente de cohesión en lo que atañe a valores y objetivos". De este modo, el concepto racional de la opinión pública, centrado en la participación democrática y en el intercambio de opiniones sobre asuntos públicos, queda relegado a un segundo plano. La autora reconoce que el control social se puede ejercer de muchas maneras, tanto explícita como implícitamente. La opinión pública se ubicaría en el último grupo, incluso con ventajas. Pero a pesar de esta característica, se trata de un fenómeno poco estudiado por los investigadores que se dedican al área.

Noelle-Neumann tiene el mérito de haber descrito el funcionamiento de una forma de control social no reconocida, pero aplicando la perspectiva de los imaginarios sociales es necesario ir más allá y analizar cómo algo que no vemos es capaz de influir tan fuertemente en nuestra vida cotidiana. Siguiendo el razonamiento que hace Mary Douglas (1986), la opinión pública no piensa independientemente, no tiene objetivos propios, ni ha podido crearse a sí misma. Ha sido creada, al igual que todas las instituciones, a partir de una convención. Pero una convención que ha ido legitimándose en el tiempo mediante múltiples procesos de habituación. Con el tiempo, la opinión pública ha ido adquiriendo una "realidad propia", alcanzando -en términos de Durkheim- una coseidad. Si en el siglo XIX había quienes dudaban de la existencia de algo llamado opinión pública, hoy día muy pocos lo discuten. Y son precisamente estos últimos quienes legitiman, de paso, su carácter de realidad objetiva. Vemos, entonces, como con este fenómeno se cumple al pie de la letra lo escrito por Berger y Luckmann: "Un mundo institucional se experimenta como realidad objetiva, tiene una historia que antecede al nacimiento del individuo y no es accesible a su memoria biográfica. Ya existía antes que él naciera y existirá después de su muerte". La opinión pública está fuera del alcance del ser humano como individuo, y no puede hacerla desaparecer a su antojo.

Para entender la opinión pública como una forma de control social, habría que situarla en el contexto de un discurso determinado que ha facilitado su institucionalización. Ello, porque todos los pensamientos que habitan nuestra mente son construidos a partir de discursos. En este sentido, esta definición de opinión pública no es sino el producto de discursos que constantemente la avalan. Así, podría estudiarse este fenómeno como un mecanismo de creación y mantenimiento de una determinada forma de organización social. Porque cualquier análisis discursivo tiene necesariamente un alcance que va más allá: el poder que está detrás de ese discurso. Se trata de la doble función discursiva "legitimadora-encubridora" de las relaciones de poder. Así como hay discursos que prevalecen, y que nos hablan del amor romántico, del éxito económico, de la relación machismo/feminismo,

también existe un discurso que dice que existe algo llamado opinión pública que actúa como un instrumento de cohesión y como pilar de la democracia, indispensable para el buen funcionamiento del sistema político vigente.

Lo anterior es refrendado por Vivien Burr (1995), cuando señala que los discursos no pueden separarse de las relaciones de poder, y por lo tanto, tienen repercusiones políticas. Y si no es posible separar -como dice Foucault- saber de poder, cualquier estudio crítico sobre la naturaleza y las funciones de la opinión pública nos llevaría siempre a lo mismo: ¿qué o quiénes están detrás de esto llamado opinión pública? La respuesta a la pregunta fue planteada hace algunos años por Herbert Blumer, desde el interaccionismo simbólico. El autor ve la opinión pública como el producto de la integración de los grupos sociales. Es decir, no sería fruto de la interacción de individuos aislados, sino que reflejaría la composición y organización funcional de la sociedad. "Gran parte de la interacción por medio de la cual se forma la opinión pública, es producto de choque entre los puntos de vista y posturas en el seno de estos grupos". Blumer va más allá al reconocer en esta interacción la presencia del poder de determinados grupos, y que él denominó "diferencias de prestigio, posición e influencia" (Blumer 1948).

En la misma línea, pero negando la existencia de la opinión pública como expresión de los sondeos, opina Pierre Bourdieu. Según el sociólogo francés, hablar de opinión pública es hablar de un instrumento de acción política. Un medio a través del cual se expresan aquellas problemáticas subordinadas a los intereses políticos, y que se encuentra acompañado por discursos que lo legitiman. "En pocas palabras, para decirlo sencillamente, el político es aquel que dice "Dios está con nosotros". El equivalente de "Dios está con nosotros" es hoy día "la opinión pública está con nosotros" (Bourdieu 1972).

En la actualidad, Murray Edelman (1993) y Lisbeth Lipari (1999) se han referido a esta cuestión, pero destacando la naturaleza simbólica de la comunicación política. Edelman ve el conflicto como un elemento fundamental en su análisis cuando señala que "hay política cuando hay controversia (...)" o "sin consenso no hay opiniones", y cuando define a la "política" como aquel conjunto de procesos de interacción entre distintos grupos sociales que crean la opinión pública y la realidad política en general. Es decir, relaciona los procesos de formación de opinión sólo en casos de conflicto o controversia. Por lo anterior, Edelman cuestiona la existencia de una opinión pública real, argumentando que ha sido construida a través del lenguaje y la interacción. Asimismo, Lipari entiende la opinión pública como un mecanismo que dirige y legitima la democracia, a partir del discurso que construye un poder político que en realidad no existe.

Según el análisis hecho por el español José Luis Dader (1992) -quien identifica varios enfoques que explican la naturaleza cualitativa de la opinión pública-, existe una "visión racionalista" que sustenta esta idea de que los seres humanos nacen libres e iguales, y con derecho a tener puntos de vista sobre las cuestiones que les afectan: el discurso del humanismo liberal. Se trata de un discurso que se origina en la Ilustración y donde se reconoce una supuesta capacidad innata del individuo para superar sus problemas por medio del ejercicio de la razón. Esa lógica es la que ve a la opinión pública como la cristalización de un proceso racional de discusión y de confrontación de juicios en un debate público, y situándola como el símbolo sobre el que se asientan aquellas sociedades autodenominadas libres, abiertas, pluralistas, avanzadas, modernas y democráticas.

Dader también identifica un enfoque completamente opuesto al anterior: la "visión irracionalista", según la cual la opinión pública surge de prejuicios irracionales e intransigentes, escasamente basados en la realidad de los hechos y sin embargo comúnmente compartidos por la mayoría de la comunidad de modo visceral. En otras palabras, se trata del rostro caprichoso, emotivo e ignorante de la opinión pública, presente en un discurso que igualmente la legitima. Se trataría, más

bien, de un discurso académico más ligado a la psicología y que se ha encargado de explotar este lado más oscuro del fenómeno, poniendo a los instintos como la base que explicaría muchos aspectos del comportamiento humano, y entre cuyos exponentes se encuentran Walter Lippman (1922), Gustave Le Bon (1895), Sigmund Freud (1920, 1930), Vilfredo Pareto (1916), y últimamente -en palabras de Dader- la propia Elisabeth Noelle-Neumann, "condensada en su formulación de la espiral del silencio".

Esta institucionalidad se refleja también en la llamada "memoria colectiva" de las sociedades. Se trata, sin embargo, de una construcción discursiva avalada constantemente con formas de afectividad legitimadas. En este punto, rescato la reflexión que hace la psicóloga Adriana Gil sobre el recuerdo. "Nadie decide por sí solo qué cosas son o dejan de ser interesantes, necesita constantemente referentes, que exista una relación en la que se marque socialmente un suceso y lo convierta en carne para recuerdos 2000). Tesis que explica, en parte el proceso de construcción de la opinión pública y al recuerdo inmediato en la agenda informativa. Ello, porque si los medios informativos actúan como referentes de la opinión pública de lo que se debe recordar, ésta, al mismo tiempo, actúa como referente de la agenda mediática de lo que se debe hacer público (y que sea digno de ser recordado). En otras palabras, la memoria colectiva es referente de los climas de opinión, donde la institucionalización de los sentimientos y de la memoria colectiva construyen una opinión pública que se mueve dentro de ciertos márgenes de maniobra. Así, las posibilidades de que surjan corrientes de opinión no previstos, desaparecen.

#### *El poder disciplinario de la opinión pública*

Siguiendo la lógica foucaultiana, el poder que está detrás de la opinión pública es un "poder producido". No se trataría de una práctica represiva, porque produce saber a través de la preeminencia de un discurso dominante que lo legitima. Es decir, todo lo que rodea al fenómeno de la opinión pública no es más que un tipo de conocimiento extraordinariamente poderoso, que es capaz de controlar la sociedad y a todos sus miembros sin necesidad de emplear la fuerza, mediante el ejercicio de lo que Foucault llama "el poder disciplinario". En su análisis sobre el poder, Foucault (1978) desnuda la realidad de las cárceles como expresión extrema del mismo, y destaca el único ambiente social donde el ejercicio del poder no necesita de máscaras. "Meter a alguien en la prisión, mantenerlo en la prisión, privarle de alimento, de calor, impedirle salir, hacer el amor, etc., ahí tenemos la manifestación de poder más delirante que uno ser pueda imaginar (...) La prisión es el único lugar donde el poder puede manifestarse en su desnudez, en sus dimensiones más excesivas, y justificarse como por moral (...) Esto es lo fascinante de las prisiones; por una vez el poder no se oculta, no se enmascara, se muestra como feroz tiranía en los más ínfimos detalles, cínicamente, y al mismo tiempo es puro, está enteramente justificado, puesto que puede formularse enteramente en el interior de una moral que enmarca su ejercicio: su bruta tiranía aparece entonces como dominación serena del Bien sobre el Mal, del orden sobre el desorden" (Citado en Morey 1983).

Esta reflexión aclara la forma cómo opera el poder detrás de la opinión pública: se trata -a diferencia de la prisión- de un poder disfrazado, cínico, aunque igualmente moral, pero no por ello menos potente. Tal como sostiene Foucault, el poder no es una propiedad, sino que se ejerce; y no se aplica sobre algo o alguien, sino que pasa a través de algo o alguien. Y no existen razones para dudar que este "algo" por donde pasa un tipo de poder político sea la opinión pública. Pero ¿qué envuelve a la opinión pública que no nos damos cuenta del poder que está detrás de ella? Según el pensador francés (1970), todos los discursos que enmarcan nuestra experiencia cotidiana forman parte de procesos de control social. Pero para nosotros es imperceptible. Se trata de formas de poder absolutamente tolerables, en la medida

que se presentan como beneficiosas para la sociedad. Son discursos que se imponen como verdaderos y generalizables a todo lo humano, que se amparan en la naturaleza y en la razón. O como bien dice el mismo Foucault (1976), "el poder solamente es tolerable cuando se oculta una parte substancial. Su eficacia es directamente proporcional a la capacidad que tiene de disimular sus mecanismos".

La alternativa que propone el pensamiento crítico para determinar las fuerzas de poder que operan detrás de un discurso es la "deconstrucción" textual. Se trata de una técnica que se utiliza como una verdadera disección de cualquier tipo de discurso, como una forma de diferenciar lo incluido de lo excluido, y las formas de oposición que existen. "En principio, cualquier texto puede ser deconstruido; es decir, todos los discursos que operan son susceptibles de ser identificados", dice V. Burr (1995). Aplicado al discurso que legitima la existencia y el funcionamiento de la opinión pública, se puede determinar qué clase de grupos detentan poder, pero a partir de su expresión en los discursos dominantes, y que se caracterizan precisamente por su opacidad.

Una forma de deconstrucción es la planteada por Foucault, conocida como "la genealogía del saber". El autor la define como una metodología que se caracteriza por un cierto "encarnizamiento en el saber", como una investigación que se opone a las tradicionales explicaciones históricas que se basan en el origen del conocimiento. Es decir, descarta la búsqueda de un punto cero o de inicio. La búsqueda del saber, por tanto, debe hacerse recorriendo el pasado y los aportes que se han hecho en ese pasado, cercano y lejano, identificando las transformaciones y el desarrollo que ese saber ha tenido en su recorrido histórico. La fórmula de la genealogía se explica porque el análisis foucaultiano no se ocupa sobre el origen del poder, sino "cómo funciona, cómo ocurre y cómo se distribuye". Es por ello que un análisis de la opinión pública desde el discurso calza perfectamente con este método, porque la genealogía permitiría identificarla como un claro instrumento por donde el poder se ejerce.

Lo que propongo en estas líneas es una relectura de la teoría de la espiral del silencio. La tarea no es fácil, dada la constante tendencia a biologizar el funcionamiento de las instituciones y sus estructuras. Pretender, por un lado, que el temor al aislamiento es natural a la condición de ser humano, y no identificar, por otro, el papel de la opinión pública como mecanismo de control social, otorga una visión simplista y poco crítica de la vida en sociedad. Es no abrazar la idea de que gran parte de lo que nos rodea es fruto de lo simbólico de nuestras relaciones y de los imaginarios sociales que las sustentan. Asimismo, no es menos importante el rol de los medios de comunicación en la construcción de la agenda y su influencia en esta especie de opinión pública que juzga y condena los actos del hombre. El discurso y el poder no tradicional que alimentan este tribunal imaginario cobran, a su vez, víctimas inocentes que creen encontrar en él las orientaciones adecuadas para la subsistencia en el complejo sistema social con un rápido poder de absorción, tal como la esponja lo hace con el agua que encuentra en su camino. La opinión pública a la luz de la espiral del silencio constituye parte del saber. Como tal, es sólo el reflejo de una visión de la realidad que prevalece en una cultura determinada en un momento dado, y surge en situaciones discursivas particulares, pero amparado por un contexto discursivo más general. Nada existe fuera del texto desde el momento en que hay algo denominado realidad social. Y esta idea de opinión pública no es la excepción. Las implicancias de esta relectura van, incluso, más allá si consideramos que gran parte de las ciencias sociales "tejen" criterios que son considerados muchas veces universales, sin evaluar las variantes que surgen en el contexto histórico-cultural. Esta observación no sólo debe hacerse a la comunicología. Las ciencias sociales en general deben revisar sus fundamentos epistemológicos, y otorgarle al falsacionismo popperiano la máxima instancia de reflexión.

## CAPÍTULO 4

**La construcción del mito mediático:  
auge del nuevo héroe trágico**

Hoy en día, como nunca antes, hablar de mito es hablar de realidad. Como imaginario social que es, apela a las imágenes, a los sueños y a los relatos que como miembros de la humanidad nos vemos constantemente expuestos. Así como antes fueron los libros de aventura quienes conseguían alimentar las fábulas con mágicos personajes, hoy dicho rol lo cumplen los medios de comunicación industriales. Nuestros sueños y esperanzas se desarrollan a partir de las imágenes y narraciones que constituyen el discurso mediático del que somos habituales consumidores. Y si lo que somos y lo que pretendemos ser está en gran parte determinado por lo que vemos o escuchamos en la televisión, la prensa escrita o Internet, se puede afirmar casi con certeza que ningún individuo criado en el contexto cultural occidental escapa a esa influencia. Querámoslo o no, somos hijos de los mass media. Éstos nos han formado a su imagen y semejanza. Como consecuencia de dicho proceso constructivo –en la mayoría de los casos imperceptible para los propios consumidores– surgen los mitos mediáticos. Se trata de narraciones transmitidas por los medios de comunicación industriales, cargadas de un gran poder simbólico y donde sus protagonistas son elevados a la categoría de héroes o heroínas, con relativos poderes de convocatoria en un público masivo y heterogéneo.

Al tratarse de historias que se dan a conocer mediáticamente, se promueve en ellas su carácter como hiperrealidades de las que todos opinan. Pero, además, se ratifican los elementos comunes al mito clásico: narraciones y personajes cargados de misterio y contradicciones, el acontecimiento trágico como elemento central, y responsables de la existencia de universos simbólicos diversos. En esta línea opina Campbell (1997), al distinguir las funciones del mito. Una de ellas, señala el autor, es la de formular y presentar una imagen del universo. Precisamente, los medios cumplen esa función. Dan sentido a la realidad. Tratan de explicarla a través de sus propios códigos narrativos. Los mitos son una forma.

Dichos universos simbólicos, como matriz de todos los significados objetivados socialmente (Berger y Luckmann 1983) ayudan a ordenar los acontecimientos producidos mediáticamente. Es decir, todo el imaginario que rodea al mito mediático lleva a cabo un permanente y silencioso proceso legitimador de lo que está socialmente aceptado como realidad. “Los universos simbólicos producidos o mediados por la comunicación masiva (sus mitologías, sus imaginarios) están hoy en la base de todo proceso de legitimación y, a fortiori, del proceso autolegitimador de los medios”, dice Abril (1997: 151)

La tesis que planteo es que los *mass media* se apoyan en una concepción esencialista sobre el origen del poder para construir los mitos mediáticos. Es decir, ven el poder y sus efectos como un atributo natural del que disponen unos pocos individuos, inherentes a su condición de seres privilegiados, como si en esa producción los propios media no tuviesen un papel activo. Uno de esos elementos esencialistas se aprecia en la promoción del ideal del acontecimiento trágico que rodea al personaje mítico, específicamente en el discurso de la predeterminación y el destino. La beatificación o la satanización que los medios hacen de determinados personajes –convertidos en celebridades– se basan en concepciones alejadas de la

teoría de la construcción simbólica de la realidad. En este sentido, es común ver cómo los medios se hacen eco de la idea del destino marcado por la fatalidad, elemento central de la tragedia griega. En otras palabras, los medios se ven a sí mismos como narradores privilegiados de una especie de acontecimiento trágico posmoderno, con características propias de mito. Se trata, a mi juicio, de una especie de discurso auto legitimador. Y para difundirlo, los medios toman en cuenta algunos elementos que desarrollaré a continuación: el mito como fábula con personajes extraordinarios y con cualidades que lo convierten en modelo a seguir o rechazar, las vidas célebres como tema central de los acontecimientos trágicos, la utilización de una oportunista comercialización mitológica, la implantación de pseudo mitos creados “ad hoc” y la influencia de la posmodernidad como telón de fondo.

Es decir, crean sus propias historias y personajes, para luego elevarlos a una condición de verdad que debe ser narrada por alguien en beneficio de la comunidad. Para ello, los medios utilizan su rol como institución social, construyendo desde allí un universo mediático cargado de simbolismos aparentemente universales: el éxito, la belleza, la juventud o la fama como valores a los que se aspira pero que, paradójicamente, constituyen privilegio de unos pocos. Asimismo, los medios de comunicación institucionalizan el contenido de ese discurso.

Es posible hablar, entonces, de una forma de vida que tiene una historia, que ha sido socialmente aceptada y elevada a la categoría de mito. Socialmente son reconocidas como acontecimientos trágicos, aquellos donde el protagonista sufre una caída que lo deja mal herido de por vida. Esta categorización, que los media recogen casi a diario supera la “vida real”, quedando estampado para siempre de la memoria colectiva de un pueblo. Es el comienzo de la mitificación.

***El mito como narración con personajes extraordinarios***

Cualquier intento de reflexión acerca del mito debe partir de la base de que su concepción original dista mucho de lo que hoy día se entiende por él. La palabra “mito” deriva de la griega “mythos”, que apunta a la idea de “discurso”, “relato” o “narración”. Recién en el siglo V a. de C. se extiende la clásica dicotomía entre mito y logos, utilizándose la primera con el sentido de “expresión mentirosa o engañosa” o como “narración dudosa o que nadie puede creer”. En efecto, la concepción de relato poco creíble tiene que ver con la función que el mito comienza a tener como “explicador popular” de los misterios del universo y de la vida, una especie de “relato de los orígenes”. En definitiva, como bien explica José María Mardones (2000), el mito clásico tiene una función fundacional y legitimadora. Una tarea que responde a unas exigencias generalizables, pero que adopta peculiaridades de acuerdo a la situación social y cultural. Pero finalmente, el mito trata de explicar por qué las cosas son como son y no pueden ser de otro modo. Sin embargo, en su concepción popular moderna (o posmoderna), el mito se personaliza, adquiriendo características de personaje con cualidades sobre humanas, como modelo de su profesión u oficio. Así, es posible identificar a determinados seres humanos como mitos el cine, de la música, del deporte o la literatura.

Podría pensarse que los medios de comunicación adhieren a esta última concepción. No cabe duda de que ello es efectivo. Pero mi intención es demostrar que la idea de misterio asociada a la mitología y a los héroes trágicos no está ausente en el discurso mediático tradicional. Mircea Eliade –uno de los más connotados investigadores del mito clásico– pone énfasis en la relación que existe entre el mito y lo sagrado (Eliade 1979). Al relatar una historia sagrada, el mito se convierte en la revelación de un misterio, y con ello, en modelo ejemplar de todas las actividades humanas. Para Eliade, lo que los hombres hacen por su propia iniciativa pertenece a la esfera de lo profano, de lo ilusorio, de lo irreal. Por lo cual, el mito adquiere la función de fijar modelos ejemplares de todas las actividades humanas. En palabras de Eliade, “la repetición de modelos divinos tiene doble significado: el hombre se

mantiene en una realidad superior sagrada, y gracias a la reactualización de estos gestos ejemplares, el mundo se santifica” (Eliade 1979: 42).

Los medios construyen –a partir de la selección temática- una especie de realidad paralela. Una realidad mediática, casi mítica. Lo que es tocado por los medios se convierte en una especie de mundo santificado. En él hay historias, narraciones, acontecimientos, y lo más importante, personajes ejemplares con quienes los “mortales” se identifican. Se trata de personas comunes y corrientes que por una razón u otra saltan a la fama, y ante los ojos del público, seres con cualidades extraordinarias. Modelos, deportistas, políticos, cantantes, concursantes de programas de TV, parejas de..., todo entra en el mundo de lo ejemplar. Sus vidas contadas por los medios se convierten en verdaderas fábulas con personajes arquetípicos, pintorescos y cuasi mágicos, como si hubieran sido sacados de un cuento de hadas. Pero todos ellos tienen un elemento común: se alzan como héroes civilizadores que han alcanzado el éxito, en una vida cargada de adversidades. Lo que visten, peinan o hablan se convierte en modelo a imitar. Como si el fiel reflejo de lo que son garantizara una vida más sagrada, y con ello, una especie de salvación eterna. Mal que mal se trata de historias reveladas por esta especie de oráculo en el que se convierten los mass media, y en cuya agenda se encuentra el destino de lo profano. Los medios agilizan las antiguas formas de difusión orales por las que los héroes se asentaban en la memoria colectiva de los pueblos. De este modo, el héroe mediático representa la evolución del héroe de antaño, pero con ciertos ajustes. El psicólogo Joseph Henderson, al explicar las ideas de Carl Jung, se refiere al mito del héroe como el más común y mejor conocido del mundo en todas las épocas. “Se encuentra en la mitología clásica de Grecia y Roma, en la Edad Media, en el lejano Oriente y en las tribus primitivas contemporáneas. También aparece en nuestros sueños, con un evidente atractivo dramático”, señala el autor (Mardones 2000: 121). Porque, si bien varían en ciertos detalles, se trata de personajes prototípicos muy similares estructuralmente. Protagonizan unas historias difundidas universalmente donde se narra su nacimiento, sus capacidades sobrehumanas, su poder, su valentía y lucha contra el mal y el sacrificio heroico que termina con su vida terrenal.

Este análisis análogo entre el mito clásico y aquel construido por los medios debe tomar en cuenta algunas cualidades particulares de este último. Primero, no todos los héroes son dignos de la admiración general del público consumidor mediático y, en segundo lugar, algunos de ellos son sólo producto de la imaginación.

El primer punto dice relación con la tipificación negativa que a algunos les ha asignado la historia o los medios informativos. No se trata tan sólo del típico héroe en el que se proyectan nuestras aspiraciones o ideales, sino también de aquel que por negación refleja el sentido de identidad de una mayoría. Adolf Hitler u Osama Bin Laden serían ejemplos de personajes mediáticos que aplicaron el heroísmo en un sentido destructivo, algo que según la concepción tradicional está muy alejada del héroe al que todos admiran. Pero a pesar de ello, se trata de personajes de culto para algunos, héroes con quienes se logra un tipo de identidad. En este sentido, el psicoanalista Rollo May es enfático al explicar la identidad, como elemento inherente al concepto de héroe, y desde la cual se moldea nuestro propio heroísmo, se trate de quien se trate. Tras recibir críticas por lo peligroso que sería dejar el camino abierto a cualquier adoración heroica, como lo habían hecho los seguidores de Hitler, el autor es categórico: “se puede estar de acuerdo con esto, dado que el heroísmo cultivado por Hitler provocó sin duda los mayores actos de destrucción de nuestra historia. Pero no debemos hacer pagar a justos por pecadores. La falta de héroes en los años noventa hace que seamos incapaces de actuar de acuerdo con nuestros objetivos e ideales sociales comunitarios” (May 1992: 82).

Osama Bin Laden sea, quizás, el caso contemporáneo más ejemplificador. El que sea el autor del mayor acontecimiento político, histórico y mediático de lo que va corrido del siglo –aquel neoyorkino 11 de septiembre de 2001- lo ha convertido en un personaje mítico. Nadie podría dudar de ello. Pero su mitificación ha sido

construida sobre la base de un hecho repudiable para la concepción occidental de lo que debe ser la vida humana: un derecho absoluto que está por encima de cualquier ideología. Según esta percepción, Bin Laden cumple con todos requisitos del terrorista fundamentalista, siniestro, malvado y frío, una imagen que ha sido potenciada desde hace años en los estudios cinematográficos de Hollywood. Pero a pesar de ello, ya es un mito mediático, o al menos así es como nos lo muestran. En este punto hay que destacar especialmente la investigación efectuada el año 2002 por la Universidad del País Vasco, donde se analizó durante seis meses (septiembre 2001 - marzo 2002) la estrategia, premeditada o no, de la construcción mítica seguida por los periódicos españoles *El País* y *El Mundo* en torno a la figura de Bin Laden, luego del atentado a las Torres Gemelas. En dicho estudio se concluye que Bin Laden, como enemigo o como héroe, encaja a la perfección en el molde forjado por la tradición, el inconsciente colectivo, o la imaginación de la humanidad. La noche del 11 de septiembre de 2001, George W. Bush se dirigió a la nación por televisión dibujando el perfil del nuevo y más perverso enemigo de Estados Unidos. Así, el 12 de septiembre, la prensa de todo el mundo se hace eco de la teoría del antihéroe. “Los titulares y contenidos de prensa con el nombre de Osama Bin Laden son tan frecuentes como las apariciones de Ulises en La Odisea (...) Si bien Bin Laden puede ser considerado el héroe o el villano de esta historia, hay que reconocer que su imagen, a estas alturas tan popular como la del Che Guevara o el logotipo de Coca-Cola, no nos deja indiferente” (Murillo 2003).

Tanto en Hitler como en Bin Laden, es posible advertir la responsabilidad de los medios como satanizadores de ambos personajes. Sobre todo, porque nadie puede odiar aquello que desconoce. Mi intención no es cuestionar éticamente si los medios tienen razón o no en dicha categorización –ya que hay actos negativos que respaldan dicha diabolización, según nuestra escala de valores- sino más bien en poner de manifiesto que los mass media nada dicen respecto a la forma como se lleva a cabo esa construcción del personaje mítico. Es como si el destino los hubiera escogido para ejercer el mal desde el poder que algún día ostentaron, sin posibilidad de elección. En definitiva, un concepto de fatalidad propio de la tragedia griega, y respecto de la cual me extenderé más adelante.

La segunda peculiaridad del mito mediático es su sentido de ficción. En efecto, no todos los personajes míticos son de carne y hueso en la mal denominada “vida real”, como si lo mostrado por los medios no formara parte de la realidad. Muchos de ellos han nacido en la imaginación de algún inquieto caricaturista o escritor. Los personajes de los comics y del cine son un claro ejemplo de cómo criaturas con poderes extraordinarios se convierten en algo más que centro de admiración popular. A ellos se les sigue y se les convierte en héroes capaces de influir en la vida cotidiana de sus seguidores. Durante varias décadas, el mito de Superman constituyó un caso típico. Al menos, así lo explica Umberto Eco en su clásico “Apocalípticos e Integrados”. Según el semiólogo italiano, la figura de Superman, a pesar de estar dotado con poderes superiores a los del hombre común, puede ser identificada por el lector. La razón: vive entre los hombres, encarnado en el periodista Clark Kent, un personaje tímido, cobarde, miope, despreciado por sus pares y lleno de complejos. Es decir, la descripción de un tipo de ciudadano norteamericano.

Pero esa identificación no es suficiente para encarnar por sí mismo la idea de héroe mitológico. Debe tener una suma de cualidades presentes en el héroe o heroína del mito clásico: un arquetipo fácilmente reconocible (Eco 1999), alguien que haya dado su vida por algo más grande que él mismo (Campbell 1988), un ser que edifica su propio destino y que lucha solo contra el mundo (Morin 1972). Sin embargo, en las historias del comic, no está presente la previsibilidad. Como bien lo explica Eco, el héroe del mito clásico representa una historia acabada, que no puede reservar ningún tipo de sorpresas. En el cómic, al ser una narración novelada, desarrolla al personaje, claro está, dentro de ciertos límites. Lo importante para el

héroe, es que su figura, su acción ejemplar y lo que representa, no debe verse agotada. “Superman debe, pues, ser inconsumible y, al mismo tiempo consumirse según los modos existenciales cotidianos. Posee las características del mito intemporal, pero es aceptado únicamente porque su acción se desenvuelve en el mundo cotidiano y humano de lo temporal”, señala Eco (1999: 232).

En la literatura no hay grandes diferencias. El mito de Superman –quizás el último superhéroe moderno– se refleja en otro fenómeno de masas, también llevado al cine con éxito de taquilla: Harry Potter. El personaje creado por la escritora británica J. K. Rowling cumple con los requisitos propios del héroe de ficción. Al igual que Superman, no es humano. Esta vez se trata de un niño mago, y por ende, al igual que Superman, está dotado con poderes extraordinarios. Pero hay otras coincidencias: puede volar, debe luchar contra las fuerzas del mal, tiene aliados y enemigos, en él están encarnados los valores de la belleza, la humildad, el valor, la justicia y la bondad, y desde muy pequeño queda huérfano de ambos padres. Esta vez, la historia de Harry Potter es la que logra la identificación con el público, una amplia lista de fans compuesta por niños y adolescentes de todo el mundo. El pequeño mago es maltratado por los Dursleys, sus tíos, hasta el día que recibe una carta que lo lleva a Hogwarts, una escondida escuela de magos. En Hogwarts es muy famoso porque siendo sólo un bebé derrota al temible Voldemort, un maligno mago responsable de la muerte de sus padres. En esa lucha, Harry Potter gana una cicatriz en su frente con forma de relámpago que lo acompaña el resto de sus aventuras. Pero quizás lo más curioso sea la historia de la propia autora, una vida que puede verse reflejada en las adversidades que debe superar el personaje, alimentado, de paso, el mito mediático. J.K. Rowling se crio en Escocia, estudió francés y literatura clásica y se graduó en la Universidad de Exeter. Trabajó para Amnesty International en Londres hasta que se radicó en Portugal. El fracaso de una relación sentimental la hizo regresar a Escocia con una hija de pocos meses. Madre soltera, sin trabajo y sobreviviendo en una pieza de alquiler gracias al seguro de desempleo, dio libertad a su imaginación en las mesas de los cafés de Edimburgo. Incapaz de pagarse un juego de fotocopias pasó el original varias veces a máquina y lo envió a un par de agentes literarios. El resto de su historia es el inicio de su fama.

Las historias de Superman y Harry Potter son casos de héroes de masas, con grandes aproximaciones a los relatos épicos y míticos clásicos. Son historias en donde el héroe no sólo realiza hazañas puramente físicas, sino también aquellas de tipo espiritual. “La aventura usual del héroe empieza con alguien a quien le han quitado algo, o que siente que falta algo a la experiencia normal disponible y permitida a los miembros de su sociedad. Esta persona entonces emprende una serie de aventuras más allá de lo ordinario, ya sea para recuperar algo de lo perdido o para descubrir algún elixir que da vida” (Campbell 1988: 180).

#### *Las vidas célebres como tema central del acontecimiento trágico*

Un elemento común en el concepto de héroe mitológico creado por los mass media, es el acontecimiento trágico. En efecto, la tragedia juega un rol fundamental en el desarrollo narrativo de todo aquel que entra en el selecto grupo de los mitos mediáticos. No sólo se aprecia en las conocidas historias de los personajes ya analizados, sino también en aquellas celebridades que han sido elevadas a mito por los medios, como si fueran producto de una predestinación fatal. La lista no es breve. James Dean, Marilyn Monroe, Elvis Presley o John Lennon, son sólo algunos ejemplos.

Pero para entender el discurso mediático que prima en la difusión y cobertura de estos personajes, es necesario entender el sentido de lo trágico, desde su concepción original: la tragedia griega. Albin Lesky hace alusión al término, tal como lo define el monje Chaucer, de los *Canterbury Tales* (1973): “Se llama tragedia a un determinado tipo de historias, como nos refieren algunos libros antiguos, acerca de

un personaje que se encontraba en medio de una gran felicidad y cayó de ella en la desgracia y acabó miseramente” (Lesky 1966: 211). Autores como el propio Lesky o Jean-Marie Domenach (1969) efectúan una pedagógica descripción de las desgracias que trae consigo el estar marcado por el acontecer trágico. El primero se refiere a una especie de “características de lo trágico”: debe significar la caída a una realidad miserable desde un mundo seguro e ilusorio, la situación debe ser familiar para el público receptor, el sujeto del hecho trágico debe aceptar su sufrimiento sin reparos y, por último, el conflicto propiamente trágico no debe permitir soluciones, pero debe tener un sentido.

Domenach, por su parte, se preocupa de elaborar un perfil del héroe trágico. Para el autor, este héroe no escruta el acontecimiento que le toca vivir, como lo hace el paranoico –que interpreta su realidad cotidiana como consecuencias de un delirio–, sino más bien como un personaje que se esmera en olvidar su propia historia y en negar su destino. Sin embargo, éste le atrapa finalmente. Se trata de un héroe que se mueve entre los extremos de la fatalidad (un castigo inmerecido) y la libertad (que la expresa en su honor y en el sacrificio). Es precisamente esta contraposición la que permite hablar de la tragedia como un mal injustificado, que reprime a jóvenes bellos y heroicos, y cuya fatalidad los marca para siempre y los mitifica. En la tragedia, los acontecimientos van de la mano del sufrimiento, el duelo, la sangre y las lágrimas, y la libertad entra en conflicto con la trascendencia.

El héroe trágico presente en las tragedias de Sófocles es donde en mayor grado se expresa esta relación entre fatalidad y destino. Tal como lo señala José Lasso de la Vega (1981) al explicar la tragedia sofoclea, la fuerza de estas narraciones reside en la figura aislada, la incompreensión y el dolor que se descarga sobre la figura del protagonista. “El dolor del héroe sofocleo es absoluto, sin salida”, señala (Lasso de la Vega 1981). Pero sobre todo se trata de historias respecto de las cuales mucho se ha escrito, y con interpretaciones tan variadas como estudiosos se han dedicado a ellas. Quién no conoce los mitos de Edipo Rey o Antígona, y cómo la tragedia se inicia en el caso del primero incluso antes del nacimiento del héroe. En ambos casos, el valor literario es incuestionable, pero más aún lo es la fuerza que han adquirido en la confección de teorías psiquiátricas o de derecho político. En Edipo la divina voz profética es la que triunfa, a pesar del intento por cambiar el destino escrito para el rey de Tebas: la muerte que le dará a su padre, la mutilación de sus ojos y el estrangulamiento de Yocasta. La tragedia de Edipo se centra en la búsqueda de la verdad acerca de uno mismo, la búsqueda de la propia realidad. En Antígona, el énfasis en lo legítimo o no de las normas injustas dictadas por la autoridad es la que dará un trágico final a la heroína. Ésta, al desobedecer las órdenes de Creonte –que prohíbe el entierro de su hermano, Polinices– es condenada a ser encerrada viva en una tumba, quien al poco tiempo se quita la vida. Todo esto predicho por Tiresias. Nuevamente el destino marca la fatalidad. Ambas historias demuestran cómo el héroe trágico es víctima de una discrepancia entre sí mismo y fuerzas superiores que no lo dejarán actuar en libertad. Esa lucha los atrapa en el dolor más profundo, convirtiéndolos en fieles reflejos de las limitaciones de lo humano, pero llevados al límite: sin posibilidad de rebeldía.

En la actualidad, la cobertura informativa sobre la vida de los denominados “ricos y famosos”, cualquiera sea el mérito para entrar a este exclusivo clan de celebridades, es utilizada por los medios como pretexto para canalizar una mal entendida curiosidad morbosa de un público hambriento de escándalos. La paradoja es el carácter mítico atribuido a muchas de esas historias, como si fueran producto de dictados de una naturaleza castigadora o de una ley universal anterior, cuasi divina, sin que se intente explicar siquiera la responsabilidad de los propios medios en esta producción. El caso más emblemático es el de Marilyn Monroe. Convertida en mito desde el mismo día de su muerte, la emblemática actriz norteamericana que triunfó en los años 50 sigue siendo, en pleno siglo XXI, fenómeno de culto de masas. Su historia cumple todos los requisitos de la tragedia. Aquella niña huérfana, pobre,

tímida y rechazada se convierte en la mujer más deseada y admirada de su época. Símbolo del erotismo de Hollywood, Marilyn se convierte en el personaje central de una vida marcada por episodios que han alimentado el mito. Los medios no han olvidado su estancia en un orfanato, el ser víctima de un intento de violación, sus supuestos múltiples abortos, su dependencia farmacológica, su "inestabilidad" amorosa, su deterioro emocional, y las especulaciones sobre las causas de su muerte en 1962. Todo esto, además, refrendado por un numerosas y contradictorias versiones de quienes se han "autocatalogados" como conocedores de la actriz en vida. Es aquí donde cobra sentido lo dicho por Sainz de Robles (1958): "Cuando el hombre sabe, crea la historia. Cuando el hombre ignora, crea el mito" (Campbell 1988). Así, los vacíos en la historia oficial alimentan la construcción de acontecimientos míticos que nunca serán resueltos.

La tragedia de Marilyn tiene un elemento diferenciador con otras historias similares. Mal que mal, no se trata de la única persona que ha tenido una infancia con padres ausentes, o que han salido de la pobreza para convertirse en ejemplo de éxito en la vida. Casos como ella hay muchísimos, y probablemente algunos seguirán apareciendo en la prensa de todos los días. En otras palabras, el caso de la Monroe no es el más trágico de la historia ni mucho menos. Sin embargo, es uno de los casos más nítidos donde los medios han elevado tan alto a un personaje para luego dejarlo caer en un sin número de hechos dramáticos. De esta forma, se exalta al personaje y se le convierte en víctima de un mal anunciado. El resultado es su carácter mítico. Basta con analizar los elementos presentes en la concepción más tradicional del acontecimiento trágico: un castigo inmerecido (¿por qué la muerte termina con la vida de una mujer bella y exitosa?), el héroe o heroína lucha solo contra el mundo para alcanzar lo que desea (la construcción de su éxito cinematográfico), la ambigüedad y la presencia de pasiones (las dudosas relaciones con los hermanos Kennedy), la caída en desgracia y el sufrimiento inmerecido (los malos tratos, las depresiones, los abortos), el misterio (¿quién mató a Marilyn?) y la trascendencia (un ícono de la cultura de masas). Hay algo más: así como sucedió con Los Beatles o Elvis en su momento, Marilyn, como heroína de su propia tragedia, fue sensible a las necesidades de su tiempo. Al igual que con lo ocurrido con los músicos de Liverpool, si la estrella hubiera aparecido veinte o treinta años antes, habría fracasado.

Pero, ¿cuál es la responsabilidad de los medios en esta mitificación? Podría pensarse que actuaron como meros testigos o como registro de una vida trágica por naturaleza. Desde mi punto de vista, tuvieron y siguen teniendo un papel clave, pero en cuyo discurso mediático nada se dice al respecto. Tal como señala Lesky respecto a la importancia de la caída del héroe mítico, la altura que alcanzan las historias de las celebridades está representada por una especie de aura de seguridad y felicidad desde donde la miseria y el dolor es inimaginable. En este sentido, el éxito y la fama se convierten en sinónimos de altitud. Mientras más éxito, más alto, y con ello, cualquier traspié provoca una caída más dolorosa. Ese fue el caso de Marilyn. Después que los medios la colocaran al lugar más alto que jamás había sido elevada una estrella de cine, sus errores han sido, por consiguiente, magnificados, como si se tratara de una heroína o víctima de una tragedia que todos ya conocían y que era inevitable.

La muerte sigue siendo uno de los elementos de la mitificación mediática. El caso más bullado del siglo XX es el de Diana de Gales. Pocos días antes de su fallecimiento, cuando huía de los paparazzi –en 1997-, un editorial del diario francés *Libération* decía que el caso de la Princesa de Gales representaba "el mito perfecto". "De partida el cuento de hadas: una jovencita algo pava, después de una infancia de maltrato, desposa un príncipe heredero que, sin ser la efigie del príncipe encantador, no por ello está menos destinado a convertirse en rey de Inglaterra. Se murmura que la joven se habría distinguido por su capacidad para pasar discretamente a ser esposa dócil... Este cálculo se reveló falso" (Borrat 1997: 125). Al morir en forma trágica, quedó congelada a los 36 años, y su figura pasó a tener el mismo contenido mítico de

un Lennon o una Evita. "Ahora que su coche se estrelló, ella permanecerá siempre joven como Marilyn Monroe", publicó el periódico norteamericano *The Christian Science Monitor* (Borrat 1997). Mientras tanto, la prensa británica sensacionalista iniciaba su "canonización", en un hecho no exento de críticas. Asimismo, Matthew Engel, un analista de la realeza, comparaba el impacto de su muerte en Gran Bretaña con el del asesinato de John F. Kennedy en Estados Unidos.

Durante 17 años, Lady Di ocupó el trono máximo de la belleza y nadie le disputó el título de superestrella. Se convirtió por años en la mujer más fotografiada del mundo. Vivió rodeada de paparazzi y todo lo que hizo ocupó de inmediato las primeras páginas de los medios de comunicación. Esto motivó a que muchos la asociaran con el fenómeno Marilyn Monroe. Ambas murieron a los 36 años, tuvieron una vida llena de sufrimiento y a los ojos de sus admiradores no van a envejecer nunca. En este sentido, resultan gráficas las palabras de una turista a la prensa mientras observaba las flores durante el homenaje efectuado luego de su muerte en las afueras del Palacio de Buckingham. "Que mejor le puede pasar a una mujer admirada por su belleza física que seguir siendo eternamente joven a través de los años", decía.

Pero además de las consecuencias de imagen mediática, tanto o más importante es la utilización comercial de estas celebridades, convertidas en héroes posmodernos. El resultado está a la vista. Millones de dólares en ganancia por todo el mundo tras la figura de estos íconos de masas. Directa e indirectamente, estos personajes son el centro del mejor negocio de la industria de los medios de comunicación. Camisetas, posters, videos, llaveros, calendarios y toda clase de utensilios de calidad variable con la imagen de una Marilyn o un James Dean sonrientes y provocativos sigue repletando las vitrinas de almacenes y los estantes de seguidores y coleccionistas.

Sobre la comercialización mitológica ya se ha referido J. M. Mardones. Para el autor, la globalización neoliberal, la homogeneización planetaria y la producción de mercado constituyen el mejor escenario para una "mala mitificación", producto de una realidad carente de sentido. Según Mardones, estamos en un momento apto para abusar de las mitologías. Es decir, al estar necesitados de mitos, sociedades como las nuestras son proclives a mitos masificados, muy alejados de la concepción tradicional del término. Ello me permite referirme a "pseudomitología", producto de una moda mediática, que todo lo mitifica. Pues, ya no podemos hablar de mitos mediáticos al estilo Elvis o Marilyn. Se trata de mitos creados "ad hoc", respondiendo más bien a necesidades del mercado, que a una búsqueda más personal.

#### *La diversificación mitológica posmoderna*

En medio de esta necesidad de nuevos héroes y en un intento por adecuarlos a una realidad más contingente, en 1986 se redefinió el arte del cómic con "El Regreso del Caballero Oscuro", en la que el escritor y dibujante Frank Miller nos mostraba el futuro de un conocido superhéroe: Batman. Esta vez, Bruce Wayne es un cincuentón alcohólico y retirado desde hace una década de su lucha contra el crimen, hasta que los fantasmas del pasado y la anarquía reinante en Ciudad Gótica lo obligan a vestir una vez más su traje de murciélago, esta vez acompañado por un Robin en versión femenina. Se trata de una mezcla de sátira y manifiesto político, en la cual uno de los personajes más universales del mundo de la historieta se acercó definitivamente al público adulto. Miller pone énfasis en la afectada psiquis del personaje, marcado desde la infancia por el asesinato de sus padres en manos de un asaltante. Terminó así la imagen superheroica de Batman y surgió, a cambio, la de un psicópata que cada noche sale a sembrar el terror entre los criminales ante la inminencia de la Tercera Guerra Mundial, con Superman convertido en un sirviente a las órdenes de Ronald Reagan en un mundo dominado por autoridades corruptas, por la violencia y por el poder de los mass media.



Este Batman representa la nueva tendencia de los héroes de hoy, alejados de lo que algún día era parte de la modernidad: la lógica, la linealidad y la previsibilidad como valores máximos. En este punto, la posmodernidad como contexto en el cual esta producción de mitos en serie se desarrolla, tiene algo que decir. El fin del progreso, la racionalidad y la unidad que marcó a la época moderna, dio paso a una nueva forma de concebir la realidad. El énfasis en la fragmentación del conocimiento, la validez de todos los puntos de vista y la pluralización, han actuado como un potente abono que produce una especie de multi realidad donde todo está permitido. Las minorías han encontrado un espacio, los medios se han abierto a nuevos espacios de contenido y hay un auge consumista que terminó con las diferencias de antaño entre la elite y la masa. En palabras de Mardones, “a través del consumo, las ideas universales de la era moderna ceden su lugar a las múltiples y fluctuantes voces de la postmodernidad” (Mardones 2000). Así, la producción industrial de mitos ha encontrado el escenario perfecto para su desarrollo, una época que satisface todos los gustos posibles.

Un ejemplo de esta diversificación lo constituye el documental recientemente emitido por la BBC titulado “La otra Marilyn”, y que muestra al arquetipo del símbolo sexual como algo más que la bomba rubia que todos conocemos. En dicho trabajo audiovisual, y utilizando únicamente la voz de la actriz, el cineasta Paul Kerr relata su vida, revelando una Monroe bastante distinta de sus personajes en la pantalla grande. Su biblioteca de más de 200 volúmenes incluía obras de León Tolstoi, Walt Whitman y John Milton; le gustaba Beethoven y tomaba cursos de literatura en la UCLA, y fue una de las alumnas de Lee Strasberg en el Actor’s Lab. Se trata de una forma de expresar el énfasis en todo aquello que por décadas se le ha negado a la actriz -su capacidad e inteligencia-, como si los media tuvieran el derecho de catalogar a sus construcciones como dignos ejemplos a imitar o despreciar.

En medio de este escenario sociocultural posmoderno (Lyon 1994), se encuentra un individuo desorientado, en un mundo en el que no puede agarrarse, tal como sí estaban acostumbrados nuestros padres o abuelos. La identidad, al fragmentarse conceptualmente, desordena una realidad ordenada, dando paso a una especie de “confección de sí mismo”, y en forma permanente. Lo novedoso, lo distinto y lo original se convierten en algo superior (Lipovetsky 1987), legitimándose fuertemente el gusto por el cambio, lo fugaz y la multiplicidad. Ello, unido a la moral del éxito y el culto al cuerpo como valores fundamentales de una posmodernidad llevada al extremo alimentan la construcción de nuevos héroes y heroínas. Se trata de personalidades fugaces, con dudosas cualidades de mito y donde el éxito logrado a corto plazo es el modelo a seguir. Los personajes de la cultura mediática se elevan a la categoría de héroes posmodernos. De ahí la constante aparición de héroes en todos los ámbitos. Estrellas que disfrutan de su “minuto de fama” hasta que aparece otra más joven y bella que la desplaza. La imagen se consolida, así, como requisito indispensable para quienes desean ostentar la categoría de mito en vida. Es la implantación de una filosofía de la apariencia, que se legitima minuto a minuto en las pantallas de la tele o en las páginas de las revistas. Y el hecho que el parecer se imponga sobre el ser, explica, en parte, la construcción de nuevos mitos mediáticos, pero esta vez mucho más fugaces, más humanos y efímeros. Esa rapidez es parte de las leyes del consumo mediático, el eje del código cultural dominante en Occidente. Como dice Gergen, explicando a Philip Sampson, “el consumo no conoce límites, no discrimina, todo se convierte en artículo de consumo” (Gergen 1997: 157), inclusive las celebridades. Sus vidas y escándalos son las nuevas tragedias posmodernas. Mitos que se han multiplicado, satisfaciendo la realidad cada vez más cambiante y fragmentaria de la posmodernidad. El resultado: los mitos de hoy no son los de antaño. Hay gusto por todo y para todos.

La hiperrealidad –concepto acuñado por el francés Jean Baudrillard- tiene perfecta aplicación en este análisis. Una vez que los media hacen público un

personaje o acontecimiento, la narración queda sometida a miles de representaciones. Eso produce que las imágenes sobre eso que se dijo se acumulen, se acentúen y se distorsionen, ayudando a crear el mito. De ese modo, como consumidores mediáticos, a partir de nuestra forma de concebir la realidad –nuestras propias representaciones e interpretaciones de aquello que percibimos-, desempeñamos el rol de autores inconscientes en la construcción de los mitos posmodernos. Esto no es contradictorio con lo que Edgar Morin denominó como “la muerte del star system”, para hablar de la desmitificación de que habían sido víctimas las nuevas estrellas del cine, alejadas de este mundo institucionalizado que vivieron las celebridades en los años de oro del séptimo arte. “Las estrellas no son, ya modelos culturales, guías ideales, sino, simultáneamente, imágenes exaltadas, encarnaciones, símbolos errantes y de una búsqueda real”, decía Morin (1972: 136). Desde mi punto de vista, probablemente ese glamour del que tanto se ha hablado ya no exista. Y no porque haya existido realmente, sino porque nadie habla de él hoy día. Probablemente ocurre algo similar con el fallecido star system: no es que esté muerto, los media dejaron de creer en él. El glamour dejó de ser requisito para entrar al exclusivo mundo de los mitos mediáticos. Para serlo y parecerlo, hay que estar en el momento justo y en el lugar adecuado. La construcción del mito mediático llevado a cabo en un contexto posmoderno ha modificado la comprensión de la realidad social. Ésta dejó de ser el entorno único y racional que dominó en antaño.

Hoy, un enfoque múltiple y pluralista alimenta la fragmentación de la cultura mediática, dando paso a un universo simbólico cargado de mitos para todos los gustos. Se trata de narraciones transmitidas por los medios, con un gran poder simbólico y donde sus protagonistas son elevados a la categoría de héroes o heroínas, con un variable poder de convocatoria ante un público heterogéneo. A pesar de este cambio, los mass media se apoyan en una concepción esencialista del poder para construir los mitos mediáticos. Ven el poder y sus efectos como un atributo natural del que disponen unos pocos individuos, promueven el ideal del acontecimiento trágico que rodea al personaje mítico y reiteran, a su manera, la idea del destino marcado por la fatalidad, elemento central de la tragedia griega. Muchos comienzan con bodas reales o en el marco de escándalos de la farándula y otros terminan olvidados en la más absoluta pobreza mediática.

En este contexto, los media, al crear sus propias historias y personajes se hacen eco de la necesidad de dar respuesta a lo inexplicable y alimentar a una audiencia sedienta de escándalos e historias reales. El misterio, la inteligencia, el talento, el poder y la belleza son los elementos indispensables para poner en marcha un nuevo mito. Salvo honrosas excepciones, se trata de narraciones sin sentido, llenas de personajes ambiguos, efímeros y contradictorios que reproducen las antiguas tragedias heroicas, pero ahora contadas por la televisión, las revistas o la prensa sensacionalista. Sin embargo, un intento por racionalizar el significado de esta construcción mitológica no tendría ningún sentido práctico. Hacerlo nos llevaría probablemente a una discusión similar sobre el origen del huevo y la gallina. Los medios de comunicación tradicionales han asumido el papel que antes tenían los relatos épicos, las leyendas heroicas o las novelas populares. Quizás, como hijos de una naturaleza construida, necesitemos escuchar de vez en cuando que existe algo más allá a nuestro entorno inmediato. Nuestros miedos, dudas e ilusiones se expresan en relatos fantásticos cuyos protagonistas son capaces de sufrir más allá de lo razonable. Probablemente se trate de una especie de catarsis colectiva, el mejor antídoto para nuestros problemas existenciales.

### El movimiento estudiantil en la tesis del contrato de lectura

Todo análisis socio semiótico parte de un supuesto: el discurso ideológico se muestra como creencia absoluta de saber, como la única visión posible y con extremos rasgos de naturalidad. Bajo dicha tesis, los medios de comunicación son dispositivos discursivos por excelencia. Como investigadores asumimos que el discurso informativo -como cualquier texto- presenta elementos ideológicos en su formulación. Ayuda en la configuración del discurso social dominante. Una nota de prensa escrita no da cuenta de la existencia de las condiciones de producción de un discurso (P) ni de sus condiciones de reconocimiento (R). El valor del discurso informativo precisamente pasar por alto todo lo anterior, haciendo de un texto una experiencia donde la realidad simbólica no se manifieste en su plenitud, sino sólo lo que el medio/empresa quiere destacar, según criterios de selección que le son propios y éticamente reconocidos para su deber de informar.

El presente análisis se somete a este paradigma. La denominada *Revolución de los Pingüinos* -la mayor protesta estudiantil en la historia de Chile- se transformó en un movimiento con alto grado de adhesión y simpatía ciudadana; simpatías que abarcaron todo el espectro ideológico. Titulares de prensa y reportajes a fondo en televisión escenificaron las demandas estudiantiles en diversos grados de valoración, demostrando, de paso, cómo los medios se transformaron en el mejor aliado del movimiento. Se encargaron, asimismo, de potenciar los primeros quiebres del mismo cuando la extensión de las protestas y los paros comenzaron a molestar, luego de varias semanas de resonancia mediática. Su cobertura fue tímida al comienzo, pero se transformó en el centro de la agenda noticiosa, luego de que los principales dirigentes asomaran como protagonistas de un relato con rasgos de epopeya. Durante mayo y junio de 2006 más de 100.000 estudiantes secundarios modificaron las normales actividades académicas y ciudadanas de Santiago y las principales regiones del país. La convocatoria superó con creces los históricos llamados a reflexionar sobre el estado de la educación, hechas por las federaciones universitarias, el colegio de profesores y otras organizaciones. Liderado por los colegios más emblemáticos de Santiago, el movimiento utilizó como “caballos de batalla discursivos” la derogación de la pinochetista Ley Orgánica Constitucional de Enseñanza (LOCE), el fin de la municipalización de la enseñanza y una tarifa escolar gratuita en el transporte para toda la educación secundaria. Ante la presión ciudadana, el día 7 de junio, la presidenta Michelle Bachelet entregó la nómina del denominado Consejo Asesor Presidencial para la Reforma Educacional, encargado de redactar un informe pluralista que diera cabida a representantes de los partidos políticos, estudiantes secundarios y universitarios, del gremio de los profesores y del mundo académico y empresarial. Tras el anuncio presidencial, dos días después, los estudiantes anunciaron el fin de las movilizaciones y el regreso de los estudiantes secundarios a clases desde el martes 13 de junio de aquel año.

Este trabajo aplica una lectura semiótica a la cobertura que la prensa escrita chilena efectuó a dichas movilizaciones. Dicho análisis apuntó a identificar el discurso con todas sus relevancias (lo que se explicita) y opacidades (lo que permanece oculto), a través de una aproximación a los contratos de lectura de tres

empresas periodísticas: La Tercera, El Mercurio y La Nación. La identificación de la correspondiente red discursiva a través del análisis mediático daría cuenta de la hegemonía con la que se imponen algunos discursos en la semiosis social, expresada en forma de discursos dominantes y contra discursos, transformando un movimiento estudiantil con una identidad e impacto social nunca antes visto.

#### *La tesis de los contratos de lectura*

Lo real se presenta como un caos indescifrable. La realidad sobre la cual se informa no existe en cuanto tal. Ella -en forma de relato- se nutre de elementos que le son propios y que la presentan como un mundo coherente. La prueba está en los múltiples efectos que tienen los acontecimientos narrados mediáticamente sobre los hechos de la realidad. Y es que el mundo real no se compone de hechos. Es múltiple, complejo y atemporal. Se construye intersubjetivamente y se presenta en forma psíquica. En este escenario, los medios informativos no son sólo dispositivos tecnológicos e industriales, sino mucho más que eso: son dispositivos discursivos (Escudero 2004: 163). Son fuente, recepción y vehículo de discursos. Sin duda, los más influyentes de la cultura de masas y la sociedad de la información. La teoría sociosemiótica los considera “soportes tecnológicos insertos en una sociedad, asociados a prácticas determinadas de producción y de apropiación” (Verón 1999: 145). Bajo esa tesis, el discurso informativo se autoproclama garante del hacer saber. El objeto de ese saber es una ilusión referencial, que da sustento al concepto de “mito” barthesiano (Barthes 1999): con condiciones de producción que son escondidas para ser presentado como un relato limpio, neutro y objetivo. Genera -en forma articulada- un mecanismo de visibilidad, aquello que se ha denominado lo público, en oposición a lo que no es objeto de noticiabilidad, esto es lo íntimo o lo privado. El concepto de “enciclopedia” (Eco 1999: 261) sirve para explicar lo anterior. Según Lucrecia Escudero, el término viene a reemplazar el concepto de ideología, fuertemente discutido en la década de los 60 a propósito de la influencia de los medios de comunicación industriales. Escudero parafrasea a Eco, cuando se refiere al fenómeno enciclopédico diciendo que sirve:

“Para explicar la forma que adoptan los sistemas de significación inscriptos culturalmente, que requiere por parte de los actores sociales un proceso permanente de inferencias y de abducciones. La enciclopedia es un conjunto de conocimientos y de saberes culturalmente dados y compartidos en un momento histórico; es archivo, memoria y simultáneamente inventario” (Escudero 2004: 164).

En otras palabras, la noción de enciclopedia hace alusión a aquella competencia media que un individuo debe poseer para pertenecer a una cultura determinada. Y los medios construyen esta enciclopedia como “saber medio” o “aquello que es de conocimiento del hombre común”. Es el sedimento que hace posible nuestro interactuar cotidiano. Es lo indispensable para vivir simbólicamente. Parte de la enciclopedia mediática es activada frecuentemente -y en forma inconsciente- por diversos grupos en virtud de sus propios intereses. Por ejemplo; el papel de guardián o gendarme de Estados Unidos en el marco de las relaciones políticas, la economía o el armamentismo planetario. Vemos medios como el cine o la televisión se han encargado de escenificar la imagen de este país, o su contraparte como ejecutor de un imperialismo sin límites. La audiencia de estos medios se adscribe a una u otra tesis, situación que transforma a Estados Unidos en un imaginario que se observa a sí mismo. El efecto es mucho mayor que el que se supone, pues quienes crecimos bajo la hegemonía discursiva (económica, política, cinematográfica) del país del Norte, miramos la realidad social con esos lentes de observación.

“Los medios están dotados de una complejidad estructural que permite la producción de representaciones a gran escala y de forma cotidiana, que se

sedimentan en la conciencia colectiva construyendo un imaginario social de grandes teogonías, linajes míticos y estirpes” (Escudero 2004: 165).

La enciclopedia mediática asume la actuación de la semiosis cuando su contenido se reenvía de un texto a otro texto, de manera infinita, generando nuevos temas y formas de conocer. Es la base de la semiótica interpretativa de Eco. Cada significado se nutre de inferencias y nuevos rumbos significantes que constituyen el carácter enciclopédico del conocimiento común. Es por ello que los medios ocupan un papel relevante, pues dadas sus características masivas, el reenvío de significados se hace más rápido y con mayores efectos semióticos. Un análisis semiótico del discurso mediático tiene por finalidad reconocer la forma cómo se construye y articula esa enciclopedia en la sociedad y las formas textuales en las que se representa. La sociedad, frente al rol de los medios, recibe el nombre de comunidad de lectores, testigo de cómo los medios dialogan entre sí.

“Si el sistema de los medios se propone como un notable equilibrio homeostático, permanentemente dotado de capacidad de reciclaje, de copia y de mimetismo, es porque son el lugar de la mediación simbólica por excelencia, es porque la naturaleza de la mediación mediática se propone como lugar de reenvío perenne. Los medios son, así, el fin de la historia y su construcción, el lugar de producción del eterno retorno, y el semiólogo puede, por la distancia metodológica del análisis, producir una coupure interpretativa” (Escudero 2004: 168).

De esta forma, el relato de actualidad no es más que una representación hegemónica, cuya función no sería formar, sino mantener la estructura de las representaciones simbólicas que dan coherencia y legitimidad el espacio discursivo, a través de la doxa cotidiana, las formas textuales, los valores compartidos y la historia oficial. Y si no existe un lado original o un mundo virgen (no explorado), el concepto de actualidad deja de ser un simulacro, precisamente porque el discurso informativo no “representa nada”. Es decir, no hay un lado original o un mundo virgen no explorado narrativamente. Bajo la forma narrativa de noticia, los medios informativos presentan un relato con rasgos absolutos de realismo. En palabras de Eliseo Verón, la actualidad es un objeto cultural que tiene el mismo status que un automóvil. Es un producto fabricado que sale de una fábrica llamada medio informativo. “Lo que llamamos actualidad es también el resultado de un proceso productivo, del mismo modo que la mesa en la que almorzamos y que el sillón en que nos instalamos para leer el diario” (Verón 1987: 3). Como hay distintos soportes mediáticos, hay diferentes modelos de actualidad. Todos ellos, sin embargo, se guían por los mismos principios y categorías de noticiabilidad, tales como la referencialidad, la verosimilitud, la fragmentación y la exclusión. Estos entran en un proceso de negociación en formas y expresiones enunciativas e intertextuales. Se trata de una estrategia narrativa que se alimenta constantemente y que da crédito y sustento al medio informativo. Esta estrategia recibe el nombre de contrato de lectura. Se trata de una estrategia discursiva en la que entran en negociación, por un lado, la función del medio informativo de contar “la verdad de los hechos”; y por otro, la situación de recepción que cree en el contenido informativo que el medio le entrega (Verón 1985: 35). Es un contrato crediticio según el cual el lector confiere al enunciador un nivel de credibilidad, sin necesidad de verificar las propiedades “verdídicas” de los enunciados propuestos. Lo anterior se sustenta en que generalmente el mundo de referencia es el mundo real. Cuando no es así, el propio medio utiliza extraordinarias indicaciones textuales, que dan cuenta de la excepcionalidad del relato. Al respecto, Lucrecia Escudero nos propone:

“(…) llamar contrato mediático a la forma particular de contrato fiduciario que trata de establecer con sus lectores el medio por el cual éstos aceptan “a priori” como verdadera la narración vehiculizada reservándose “a posteriori” la posibilidad de verificación, otorgándole al medio una legitimidad fundada en la institución que representa” (Escudero 1996: 47).

Un contrato que refuerza la ilusión de verosimilitud no actúa como un relato ficticio que pone lo real entre paréntesis. El relato informativo presupone esa información como verdadera: a un cierto grado de estado de las cosas del mundo.

### **El análisis de según la noticiabilidad**

La identificación de los criterios de noticiabilidad de los diarios *La Tercera*, *El Mercurio* y *La Nación* en relación a las manifestaciones estudiantiles se convierten, así, en la base desde la cual los chilenos observaron a los pingüinos y su revolución. Para hacer efectivo se recopiló todo el material informativo de los diarios *La Tercera*, *La Nación* y *El Mercurio* en el período comprendido entre el 20 de abril y el 14 junio de 2006. Se seleccionaron titulares de portadas, notas informativas, reportajes, fotografías, editoriales, columnas de opinión y las cartas al director referidas al tema, considerando esta última una clara forma de voz editorial de cada uno de los periódicos. Estos textos informativos de la prensa gráfica se transforman, así, en el corpus de la investigación, aquello posible de ser observado y el lugar desde el cual se hacen visibles las condiciones de producción (el contexto sociopolítico, el marco jurídico, la historia del medio, etc.). Como todo proceso de lectura semiótico, hacemos un recorte metodológico preguntándonos por las huellas de producción que son dejadas por el producto informativo que se analiza. Los ejes temáticos fueron inferidos una vez comparados los *topoi* de los tres periódicos.

El criterio de homogeneidad propio de los contratos de lectura será el que defina los campos semánticos requeridos para identificar las relevancias y opacidades de dichos discursos informativos. En concreto, se definieron los campos semánticos a partir de dos sub-análisis: la regularidad de temáticas (las invariantes) o sistematicidad exhibida por cada soporte y las diferencias regulares -convertidas en semejanzas- entre los soportes estudiados (la especificidad obtenida por la comparación entre los soportes).

### **1.- La regularidad temática**

Diversos subtemas dieron coherencia y regularidad a un tema ancla: la crisis de la educación chilena y las alternativas para superarla. Se trató de invariantes o propiedades que fueron recurrentes en el discurso del soporte informativo a través de diversos ángulos noticiosos. Es decir, se parte de la tesis que cada medio construye su propia singularidad como parte de una estrategia enunciativa y publicitaria y que mantiene el vínculo con los lectores, pero dicha singularidad se nutre de criterios comunes de noticiabilidad, de convenciones de género periodístico, de intertextualidad y de sujetos discursivos.

Si la noticiabilidad es entendida como el conjunto de elementos por medio de los cuales el aparato informativo controla y gestiona la cantidad y el tipo de acontecimientos generadores de noticias (Martínez 2000), se pudo observar que aquella mantuvo la revolución pingüina en primera plana de los periódicos al considerar tópicos propios que la clásica institucionalidad periodística considera en etapas de conflicto social: tomas de los colegios, marchas callejeras, peticiones estudiantiles, demandas educacionales históricas, alteraciones al calendario académico, negociación de estudiantes con el Gobierno, marco legal y constitucional de la educación, crisis ministerial, discurso y anuncio presidencial, masividad de la convocatoria, opinión de expertos en educación.

Algunos ejemplos:

“Con 47 detenidos terminó marcha de estudiantes secundarios: protestaron por precio de la PSU, pase escolar y derogación de la JEC” (*La Nación*, 27/04/06).

“U. de Chile acusa a UC de intervencionismo: agitación estudiantil por gratuidad en la PSU. Plantel acusó a rector Rosso de sacar tema de licitación del test de ingreso” (El Mercurio, 28/04/06).

“Gobierno suspende mesa de diálogo con secundarios y universitarios: manifestaciones convocadas para hoy y mañana no fueron autorizadas por la Intendencia” (La Nación, 17/05/06).

“Demanda del pasaje escolar gratuito tiene un costo de \$166 mil millones: el ministro de Educación, Martín Zilic, calificó como descabellada la cifra que costaría implementarla” (La Tercera, 02/06/06).

Las quietas aguas del sistema social fueron puestas en movimiento a partir de aquello considerado perturbador, gratuito, ruidoso, invasivo, crítico, peligroso, ilegal, ilegítimo o movedizo. Estos topoi identificados dieron lugar a otras formas de abordar el conflicto estudiantil, como las variantes textuales que permitieron reconstruir la respectiva discursividad social, como un verdadero ensamblaje textual con efecto mosaico. El análisis arrojó las siguientes expresiones intertextuales: el enfrentamiento doctrinal entre la libertad de enseñanza y el derecho a la educación, la democracia como garante del desarrollo y la participación ciudadana, el liderazgo y capacidad de Michelle Bachelet, la privatización de la enseñanza, la crítica o aprobación al modelo neoliberal, el soporte digital como nueva forma de organización estudiantil. Es decir, se observó que la noticia dura (los hechos en bruto) fue abordada desde aristas temáticas que enriquecieron su debate público a través de contextualizaciones legales, políticas o históricas, con el consiguiente efecto de circularidad, complejidad y dependencia topológica.

Ejemplos:

“La marcha de los pingüinos al estilo institutano: cómo se vivió la protesta en el emblemático liceo de Santiago” (La Tercera, 28/05/06).

“¿Y qué pasa que la educación no mejora?: mal balance. A 10 años del diagnóstico consensuado de la Comisión Brunner” (El Mercurio, 15/05/06)

“Chile es uno de los 10 países con más alumnos por profesor en el mundo: en la enseñanza secundaria hay un promedio de 33 estudiantes por maestro, al mismo nivel que en naciones como Filipinas, Pakistán y Camerún” (La Tercera, 01/06/06).

“Los jóvenes buscan dar sentido a sus vidas: Humberto Maturana y el conflicto estudiantil. La rebelión de los pingüinos tiene que ver con un dolor espiritual por la falta de sentido que la educación formal otorga al vivir de los jóvenes, dice el biólogo y filósofo chileno” (La Nación, 09/06/06)

“Los duros también lloran: confesiones de carabineros de las fuerzas especiales. Tercera semana de protestas en el centro. El estrés de los despreciados gladiadores de verde” (La Nación, 11/06/06).

Los discursos se expresan en el relato noticioso a través de protagonistas o sujetos discursivos. Son los encargados de articular las visiones de mundo y argumentar a favor o en contra de una u otra postura discursiva. La prensa gráfica no habla desde sí misma, lo hace poniendo en el debate a un conjunto de agentes que establecen puntos de quiebre o liderazgos esporádicos. Durante la cobertura de la “marcha pingüina” los sujetos discursivos fueron variados y contradictorios: los voceros estudiantiles (en plural), determinados voceros con nombre y apellido (las caras visibles del movimiento), la Asamblea de Estudiantes Secundarios, la fuerza represora u ordenadora (la Intendencia de Santiago y carabineros), el Ministerio de Educación, la Presidenta de la República, el Gobierno, expertos educacionales (analistas, ex-ministros del área, académicos), dirigentes políticos, dirigentes universitarios, el Colegio de Profesores, los “infiltrados”, los padres y apoderados, los partidos políticos. Así, por ejemplo, se observaron los siguientes enunciados:

“Bachelet anuncia plan global de educación ante protestas escolares: presidenta atendió a casi todas las demandas de los estudiantes secundarios. La Excepción fue el pasaje escolar gratuito” (La Tercera, 02/06/06).

“Secundarios dicen que el Gobierno no está en buen pie para exigirles nada: estudiantes creen que intenciones de conversar sólo buscan debilitar el movimiento” (La Nación, 25/05/06).

“Iglesia apoya a los estudiantes y pide debatir sobre calidad en la educación: Obispo Alejandro Goic criticó a la clase política por no enfrentar el tema” (La Tercera, 02/06/06)

“José Joaquín Brunner entra en el debate: Por sí solas estas medidas no harán una educación de igual calidad para todos” (La Tercera, 04/06/06)

Los ítems anteriores se exponen respetando la estructura discursiva de los géneros periodísticos, y estos se caracterizan por cierta disposición de la materia lingüística en el soporte escrito. Los titulares titulan, las notas informativas no profundizan, las editoriales entregan la opinión del periódico sin mayores rodeos, las entrevistas ofrecen las opiniones de un sujeto discursivo, los reportajes contextualizan y las fotografías eternizan actos no verbales según códigos icónicos reconocibles.

## 2.- Las diferencias regulares

Los tres medios analizados mostraron singularidades diferenciadoras, pero que observadas en perspectiva semiótica permiten definir semejanzas enunciativas. Es decir, a simple vista, la posición editorial de cada periódico se hizo sentir por la profundidad y selección de los contenidos, pero mostraron estrategias similares en la configuración de sus contratos de lectura. Todos apuntaban a un perfil de lectoría claramente definido y con quienes se acuerda tácitamente la articulación de expectativas, motivaciones e intereses respecto a los acontecimientos. El siguiente es el estudio de por cada uno de los medios abordados.

### 2.1. El caso La Nación

Desde una clara postura oficialista, diario *La Nación* puso el énfasis en la polémica Ley Orgánica Constitucional de Enseñanza y las razones del conservadurismo político y religioso para mantenerla intacta. En la crónica titulada “¿Y qué diablos es la LOCE?” el periodista explica que “promulgada por Pinochet un día antes de dejar el poder, la LOCE, abrió la puerta a la educación como un desregulado negocio que casi no permite fiscalizar la calidad de la enseñanza. Algo aberrante -dicen los expertos- cuando es el Estado el que brinda el dinero para que escuelas o liceos funcionen, en no pocos casos, acogiendo sólo a alumnos que les aseguren buena nota en el Simce. El lucro con fondos públicos” (La Nación, 30/05/06).

En el desarrollo del artículo, a través de una cuidadosa selección de entrevistados se deja claro que en esta ley la libertad de enseñanza tiene preeminencia por sobre el derecho a la educación, con la posibilidad de ser exigible ante los tribunales de justicia. Las razones para su existencia hasta ahora tienen nombre y apellido según este diario:

“Esfuerzos por modificarla, aunque focalizados en la educación universitaria, han existido durante los '90. Ninguno de ellos, sin embargo, llegó al Parlamento donde la derecha siempre ha mostrado su objeción (...)” (La Nación, 30/05/06).

En el artículo “Soltando amarres”, *La Nación* explica cómo el rechazo a la LOCE es la causa de que los pingüinos se transformaran en héroes nacionales.

“La LOCE, en pocas palabras restó el protagonismo del Estado en la educación y convirtió a ésta en un sector económico más, sujeto a las leyes de la oferta y la demanda como cualquier otro. Se suponía que esta libre competencia mejoraría la calidad (...) Sin embargo, sus padres sí saben que hubo un tiempo en que la educación no era un negocio sujeto a las leyes del mercado. Quizás por eso, los mayores no están armando ninguna alharaca por las protestas de sus hijos. Más bien los apoyan, como mucha gente que pasa frente a los liceos en paro o

toma y los felicitan y los animan a no rendirse (...) Pasaron a ser los malos de la película a ser la vanguardia a un nuevo trato de los conflictos" (La Nación, 28/05/06).

En uno de sus textos más directos, el diario oficialista responsabiliza a la derecha y a la Iglesia católica de que el marco legal de la educación chilena sea inmune a grandes reformas. Dice La Nación en el artículo "La Sagrada Enseñanza" que detrás de esta oposición pareciera esconderse el temor de la derecha, de ex autoridades de la dictadura, el Opus Dei y los Legionarios a perder poder en la educación ABCi y una hegemonía evangelizadora e ideológica en sectores clave del mundo popular.

"Y es que sus proyectos educacionales no se mueven sólo por la fe, ni nacen exclusivamente como obras de buena voluntad. Se basan en una visión estratégica de poder" (La Nación, 04/06/06).

### 2.2. El caso La Tercera

Ligado a sectores políticos y económicos conservadores, el diario *La Tercera* comienza su cobertura minimizando el movimiento estudiantil. En su editorial del 12 de mayo titulada "Protestas de estudiantes secundarios", el medio no advierte el alcance mediático y político que tendría la planificada estrategia de los secundarios.

"Lo más preocupante de estos acontecimientos es que han transformado en una especie de liturgia que se repite año a año y que parece ser una buena excusa para perder clases, divertirse a costa de la paz social, canalizar frustraciones o, como se está constatando en esta ocasión, en formas de agitación social directas o indirectas a cargo de activistas extranjeros o partidos (...)" (La Tercera, editorial, 12/05/06).

Catorce días después el mismo medio reconoce en el movimiento aspectos positivos, como un llamado de atención de que en verdad la educación chilena necesita cambios.

"La situación, que comenzó con una serie de protestas a fines del mes pasado destinada a conseguir la gratuidad de la PSU y del pase escolar, derivó hacia el reclamo por la concreción de cambios en ámbitos que adolecen de problemas de fondo, identificados ampliamente como estructurales (...). Las protestas, en consecuencia, puede interpretarse desde ese último plano, es decir, como expresión de deficiencias de vieja data que decantan en la mala calidad de la educación pública (...)" (La Tercera, editorial, 26/05/06).

En el punto más álgido del conflicto y previo a la primera negociación entre estudiantes y el Ministerio de Educación, este diario critica las medidas planteadas por la presidenta Bachelet en su discurso del 21 de mayo, lo que habría obligado a los estudiantes a abrirse espacios entre la opinión pública.

"La posición estudiantil, en la medida que se alza, así sea en una forma no muy bien verbalizada, contra deficiencias de fondo del sistema educacional, ha conectado con una convicción generalizada sobre la pésima calidad en ese ámbito" (La Tercera, editorial, 28/05/06).

Pero fueron otros temas los que focalizaría *La Tercera*, contextualizando las causas y alcances de este conflicto. Por un lado -y a diferencia de *La Nación*- a través de un conjunto de "expertos" entrevistados (ligados a la dictadura o a centros privados de enseñanza) sustenta la tesis de que la calidad de la educación no pasa por cambiar la LOCE, incorporando algunas notas explicativas sobre el modo en que se gestó esta ley.

"La entrega de una subvención uniforme, un mal manejo de las herramientas de medición de calidad de la educación que tiene el Estado y falta de flexibilidad en el manejo de los colegios municipales son algunos de los problemas clave detectados por los conocedores del sector" (La Tercera, 01/06/06).

Este medio pone el acento, así, en problemas de gestión de los gobiernos de la Concertación y no en el fondo del marco legal. Por otro lado, el develamiento del mal manejo del Gobierno de Michelle Bachelet para enfrentar la movilización

estudiantil fue insistentemente tratado por este diario. Por ejemplo, en su sección de reportajes, el domingo 04 de junio publica el artículo "El plan de Bachelet y Velasco para desactivar la crisis". En él se describe a la presidenta como la principal responsable de las desinteligenacias en La Moneda, evidenciando sucesivas descoordinaciones en el gabinete y la ausencia de liderazgo en sus ministros del Interior y de Educación.

"Bachelet vivió una semana negra. La crisis la copó a tal punto su agenda que entre lunes y jueves debió sostener cinco reuniones con los ministros del comité político, y tuvo sólo una salida a terreno (...) Los primeros errores de La Moneda fueron subestimar el movimiento estudiantil y sólo poner el acento en la violencia en el discurso del 21 de mayo" (La Tercera, 04/06/06).

Otro ejemplo de esta crítica hacia la presidenta es la confección, aplicación y publicación de una encuesta de opinión pública en el punto más alto del conflicto, etapa donde los pingüinos eran invitados a los principales noticieros y estelares de televisión, tratados como héroes nacionales. El sondeo arrojó un apoyo del 87% hacia la movilización escolar y sólo un 16% de respaldo al manejo del Gobierno. (La Tercera, portada e interiores, 06/06/06).

### 3.3. El caso El Mercurio

El diario del grupo Edwards se mostró como la voz de los antidisturbios. A lo largo del conflicto, este medio no sólo cuestionó la seriedad de las demandas estudiantiles, sino que puso énfasis sobre la nula capacidad del Gobierno para superar la presión del movimiento. En editoriales y reportajes delineó una estrategia destinada a responsabilizar a la autoridad política de los problemas en educación y de deslegitimar el movimiento indagando la supuesta infiltración de grupos de extrema izquierda en la asamblea de estudiantes. Después de las primeras manifestaciones callejeras, *El Mercurio* en su editorial del viernes 12 de mayo respondió a la pregunta ¿más que disturbios y protestas?, afirmando que:

"...las solas demandas de los estudiantes secundarios no bastan para explicar lo que ocurrió este miércoles (...) El orden público no puede quedar entregado a instancias ajenas a la voluntad ciudadana institucionalmente representada (...)" (El Mercurio, editorial, 12/05/06).

Seis días más tarde publica una nueva editorial, esta vez sobre el petitorio de los pingüinos:

"Si bien los estudiantes tienen el legítimo derecho de expresar sus demandas, no han sido hasta ahora capaces de hacerlo con apego a normas básicas de convivencia. Sus demandas tampoco parecen haber sido suficientemente maduras (...) Los alumnos y sus familias no deberían dejarse utilizar por intereses oscuros y ajenos a la educación" (El Mercurio, editorial, 18/05/06).

En sus opiniones más drásticas, *El Mercurio* editorializa poniendo en la mira a la presidenta Bachelet y las incompetencias de su gabinete.

"Se requieren actitudes mucho más precisas y firmes que las que hasta ahora ha adoptado la autoridad (...) Quizás le ha faltado destreza política al Gobierno para lidiar con estas agitaciones, pero no pueden ellas seguir tolerándose, pues eso fomenta la peligrosa extensión del conflicto a otros grupos, como ya está ocurriendo" (El Mercurio, editorial, 26/05/06).

Esta tesis la insiste días más tarde señalando que:

"el Gobierno se ha visto sorprendido y presionado por las medidas de fuerza de los estudiantes secundarios, y hoy enfrenta un día crítico, en que el conflicto suscitado podría extenderse y agravarse (...) es hoy evidente que este movimiento ha encontrado un preocupante grado de conducción en el Gobierno (...)" (El Mercurio, editorial, 30/05/06).

En artículos de crónica, este medio resalta la ausencia del ministro Martín Zilic y su falta de liderazgo. Ejemplo de ello es cuando la periodista Pilar Molina señala que:

“Un ministro nuevo, dicen en el ministerio, tarda 8 meses en conocer su cartera. Pero un gobierno de 4 años se dio el lujo de traer además a alguien con la experiencia de haber sido intendente de Frei en Concepción y experto en biotecnología, pero no en el área y sin experiencia en conflicto estudiantil” (El Mercurio, 27/05/06).

Otro ejemplo de este blanco se observa por el periodista Víctor Zúñiga en su artículo del 31 de mayo:

“Errores que pesan en gestión Zilic. Algunos son de su responsabilidad y otros con complicidad de La Moneda”.

Allí, *El Mercurio* relata seis errores del ministro, como la conformación de un equipo de asesores según criterios partidistas (provenientes de la DC) sin experiencia técnica o el haber invitado a “todos los estudiantes” a dialogar con el Ministerio de Educación, oportunidad en la llegaron más de 200 jóvenes. El discurso privatista de este diario es explícito. El 31 de mayo, *El Mercurio* editorializa a propósito de la extensión del conflicto estudiantil y de las posibilidades de diagnosticar acertadamente una solución.

“Hay riesgo de que, a pretexto del derecho a educación de calidad, se sacrifique la libertad de educación, recentralizándola en el Estado; esto es, del gobierno de turno” (El Mercurio, editorial, 31/05/06).

En un artículo de página completa, el diario destaca los aspectos de la LOCE que quieren ser modificados por los estudiantes. Dicho reclamo –asegura *El Mercurio*– retoma demandas del PC y de profesores de reestatizar la educación escolar.

“La propuesta se ha ido haciendo cada día más audible, pero no por ello más clara. Aspectos relacionados con la educación (subvencionada o universidades privadas) responden por qué reformar esta ley marco del sector, que permitió la participación privada, no solucionará los problemas de equidad y de mala calidad de la enseñanza” (El Mercurio, 31/05/06).

La libertad de enseñanza es defendida por el diario el 01 de junio, cuando sostiene que la afirmación de responsabilizar a la LOCE por la mala educación es un error, en particular que ella privilegiaría la libertad de enseñanza en desmedro del derecho a la educación.

“Esta afirmación es equivocada y hay en ella sesgos ideológicos, junto a una mala lectura de los datos disponibles. Esta libertad no sólo es ingrediente fundamental de la libertad política, sino que ha sido fundamental en la expansión de oportunidades educativas para nuestros niños y jóvenes” (El Mercurio, editorial, 01/06/06).

De los tres periódicos analizados sólo *El Mercurio* se preguntó por la ausencia de los padres en el conflicto y por la presencia de organizaciones de izquierda, como La Surda, en la orientación estratégica del movimiento estudiantil. En el artículo “El escaso poder de las asociaciones de apoderados en Chile: Y... ¿dónde están los padres?” este diario hace un llamado a poner cordura al movimiento a través de la intervención de los responsables morales y económicos de estos adolescentes.

“Apenas dos organizaciones de apoderados existen en Chile y su representatividad es tan menor que, pese a sus intentos, no logran siquiera que un ministro de Estado las escuche. Menos aún pueden hacer algo para evitar los desórdenes de los últimos días” (El Mercurio, 21/05/06).

Asimismo, titularía uno de sus reportajes del domingo 11 de junio “La Surda, mano derecha de los secundarios en paro”. El artículo sostiene que de esta organización los pingüinos tomaron la forma de organizarse (promoviendo una mirada asambleísta y no jerárquica del movimiento), la mirada ideológica y el rechazo al Consejo Asesor Presidencial.

A partir de las lecturas hechas a los tres diarios escogidos es posible observar cómo más allá de las semejanzas o diferencias temáticas, cada medio tiene una particular forma de construir su relación con sus lectores. A medida que avanzó el conflicto estudiantil y éste se posicionó en la opinión pública nacional e

internacional, cada uno de los diarios enfrentó estrategias enunciativas diferentes, a partir del perfil de lectoría que le son reconocidos. El caso más notorio fue el de *La Nación*. Como medio oficialista, y por lo tanto, con una incómoda posición inicial, logró traspasar las críticas de los estudiantes siendo eco de aquello que era más favorable a la imagen del Gobierno: la crítica al marco legal diseñado por la dictadura. La tesis de que la LOCE es un amarre de Pinochet permitió a este medio navegar por aguas tranquilas, siendo el único diario que otorgó amplia tribuna a quienes se manifestaron contrarios al modelo educacional imperante. En varias ocasiones *La Nación* se refirió al “mayo chileno”, como una lección de los jóvenes nacidos en democracia hacia las autoridades que sufrieron en la dictadura. Por su parte, de generales estilos editoriales cada vez más parecidos, *La Tercera* y *El Mercurio* lograron desarrollar posturas discursivas con pequeños elementos diferenciadores. La Tercera mostró más simpatía por el movimiento pingüino, destacando en su cobertura la coordinación y no violencia de los voceros a medida que el conflicto avanzaba. *El Mercurio*, en cambio, fue enfático al rechazar los desórdenes y parte medular del petitorio estudiantil, aquel que exigía gratuidad en el acceso a la PSU y al pase escolar, considerando estas exigencias como “improcedentes”. Ambos diarios defendieron el marco legal vigente mostrando para ello opiniones de expertos que encandilaban acerca de la libertad de enseñanza.

Los dispositivos de apelación diseñados por los tres periódicos y las modalidades en que los temas relacionados con el movimiento fueron construidos en distintos niveles de profundidad, pero con una intención de satisfacer una alta demanda de lectoría el día domingo. En efecto, a través de sus correspondientes suplementos dominicales –el caso del diario oficialista es todavía más claro, pues el equipo periodístico de los domingos da vida a otro medio: “La Nación domingo”– cada uno de los medios analizados puso gran parte de sus dispositivos de enunciativa en juego, a través de entrevistas en profundidad, reportajes que contextualizaban los acontecimientos y el viejo recurso de los articulistas que hablaban en nombre del diario que los acogía. Esto nos lleva a afirmar que las estrategias enunciativas de la prensa gráfica chilena permitieron leer el acontecimiento desde lugares distintos, siendo claves en la configuración discursiva que hizo posible la revolución de los pingüinos.

Al poner atención en el análisis de los contratos de lectura durante la revolución pingüina se observa que todo se nutre según parámetros democráticos y de participación. Los desórdenes callejeros se consideran un atentado contra la institucionalidad democrática y a la sana convivencia. En este punto, “la democracia permite espacios no violentos de expresión” es el discurso que se lee en los diarios analizados. A su vez, el debate en torno a la educación de calidad se nutre de los principios de igualdad y desarrollo como máxima aspiración utópica. La prensa construyó un discurso cuyo común denominador fue la LOCE, marco legal que recibió el blanco de las críticas y alabanzas. La retórica se articuló siempre en torno a la libertad de enseñanza y el derecho a la educación como requisitos de toda sociedad democrática, pues los contrapuntos sólo giraron en torno a la jerarquía entre ambos. Mientras *La Nación* cuestionaba los orígenes de esta ley –considerado el último amarre de la dictadura–, *La Tercera* y *El Mercurio* matizaban sobre sus bondades y defectos, asegurando que la mala fiscalización gubernamental hacia los sostenedores educacionales ha sido la verdadera causa de la crisis. Es decir, el centro de la discusión fue la legitimidad del actual marco legal, asumido como el efecto de una difícil situación vivida en el pasado, donde dos visiones de sociedad se vieron enfrentadas, con las consecuencias que la historia ya ha narrado. El modelo sociopolítico incuestionado durante las dos últimas décadas que garantiza la libertad de enseñanza y las posibilidades de un ajuste estructural son consideradas en este análisis como opacidades de este conflicto. Asimismo, los liderazgos ausentes o presentes en el Gobierno de Bachelet y el nuevo modelo de participación estudiantil confirman que la lectura se hace con ojos de “libertad” y “democracia”.

Se observa que la discusión en torno a las demandas de los estudiantes secundarios giró en torno a aspectos estructurales de fondo y no a meros reparos administrativos. Es decir, cuando la prensa gráfica chilena recoge el tema y lo hace público, construye un discurso informativo que propone su propia lectura del conflicto. No sólo lo narra, pues al narrarlo lo construye según los modelos de actualidad que están establecidos en la práctica periodística. Si el desafío de la sociosemiótica es su lucha contra la opacidad discursiva, la mejor manera de implementar mecanismos de lectura es un estudio de los medios masivos en la cobertura de un hecho coyuntural. La producción social de sentido se expresa en diversas materias significantes y los medios de comunicación no son la excepción. En concreto, la prensa gráfica es un campo de estudio privilegiado para poner en práctica las teorías expuestas en estas páginas. Aquella es causa y efecto de las dinámicas discursivas. Se trata, por ende, de un objeto de estudio multi determinado, que supera su concepción como mero dispositivo tecnológico. Actúa como una maquinaria ideológica donde lo que publica no sólo debe ser analizado en estrictos términos de contenido.

## CAPÍTULO 6

**El ojo que no ve:  
reflexiones sobre el dispositivo fotográfico**

En el año 1929 el pintor belga René Magritte publica la última versión de su obra “La traición de las imágenes (Esto no es una pipa)” (ver FIGURA 1). Para entonces, Magritte ya se había hecho una reputación como el máximo exponente del realismo mágico, técnica muy cercana al surrealismo en la que yuxtapone objetos comunes en contextos poco corrientes. Varios años más tarde será otro grande el que pone nuevamente la atención en los efectos perceptivos del cuadro. En 1973 Michel Foucault publica en Montpellier el célebre “Esto no es una pipa. Ensayo sobre Magritte”. El texto reflexiona sobre la aparente contradicción entre lo que “dice” la imagen de la pipa y la leyenda que la explica: “ceci n’est pas une pipe”. El filósofo destaca la importancia del referente y la inevitable relación entre la figura y el texto que la nombra. “Cuando hay contradicción entre el dibujo y la palabra, inmediatamente entra en crisis el referente”, escribe Foucault (2012). Se trata de una pipa que dejó de serlo para el lector del texto escrito, pero que no logra calmar al observador del dibujo, quien ve la pipa en todo su esplendor. Para superar la tensión perceptiva se deben descomponer los elementos de la obra. El resultado es ya conocido: la existencia de un caligrama secreto. En la tesis de Foucault, Magritte deshizo la coherencia entre dibujo y palabra de manera forzada, porque ambos elementos son parte de una operación caligráfica, ya que pertenecen a la misma mano y la misma pluma.

FIGURA 1: “La traición de las imágenes (Esto no es una pipa)”



Esos entrecruzamientos que hacen de ambos enunciados un sólo efecto de montaje sólo tienen valor gracias al denominado dispositivo visual. Foucault nunca fue un experto en imágenes, pero todo, su obra abrazó el fascinante universo del dispositivo. En una de sus escasas definiciones del término, Foucault (1984) dice en una entrevista concedida en 1977:

“Lo que trato de indicar con este nombre es, en primer lugar, un conjunto resultante heterogéneo que incluye discursos, instituciones, instalaciones arquitectónicas, decisiones reglamentarias, leyes, medidas administrativas, enunciados científicos, proposiciones filosóficas, morales, filantrópicas; en síntesis, lo dicho, así como lo no dicho, éstos

son los elementos del dispositivo. El dispositivo mismo es la red que se establece entre estos elementos” (Foucault 1977: 299).

Se trata de la entrevista titulada “Le jeu de Michel Foucault” en la que, por primera vez, y de manera explícita, define uno de los conceptos más asociados a su filosofía. El término como tal -dispositif- aparece publicado como parte de la obra de Foucault sólo a partir de “Vigilar y castigar” (1975) y desaparece totalmente en los dos últimos tomos de la “Historia de la sexualidad” (1984), teniendo un abundante empleo en “Historia de la sexualidad I” (1976). Es decir, recién en 1977 el filósofo francés esquematiza dicho término, y sólo porque es interrogado por el entrevistador. Se trata de un párrafo valioso, pues orienta definitivamente a la comprensión conceptual y lo separa definitivamente de las ideas de epistémè o discurso. Allí, al preguntársele por el sentido y la función metodológica del término, afirma que el dispositivo es como un conjunto heterogéneo y actúa como una red que conecta esos diferentes elementos. Esos elementos de la red no están fijos, pueden cambiar sus posiciones, sus funciones. Esas funciones tienen la finalidad –en un momento histórico dado– de responder a una urgencia. “El dispositivo tiene una función estratégica dominante” que sólo puede ser comprendida en su situación específica y no responde a ninguna previsión de “un sujeto meta o transhistórico que lo hubiese percibido o querido”, explica el entrevistado (Foucault 1977: 300).

La imagen visual opera como dispositivo, siendo la fotografía la más efectiva de todas. Se desconfía de las imágenes, pero de la fotografía se obtiene sólo certezas. Éstas certifican la realidad. Uno de los ámbitos con los que se identifica la noción de dispositivo en la fotografía es el deseo inherente que este tiene de producir un efecto psíquico en el espectador. Es decir, más allá del mecanismo tecnológico que se reconoce en el artefacto fotográfico, sus implicancias cognitivas son mucho más efectivas de lo que ha reconocido la propia teoría de la imagen. Al igual que la pintura, la fotografía pone en tensión un mundo que dice representar, pero que termina afectando la relación que el espectador tiene con el mundo real. Es decir, el dispositivo construye el sentido mismo. Para Foucault el dispositivo no sólo constituye el espacio de lo visible sino de lo pensable. Desde la perspectiva del filósofo italiano Giorgio Agamben, sus efectos son mucho más nítidos en la construcción de subjetividad. La explicitud del filósofo italiano en esta materia no es ambigua:

“Llamaré literalmente dispositivo cualquier cosa que tenga de algún modo la capacidad de capturar, orientar, determinar, interceptar, modelar, controlar y asegurar los gestos, las conductas, las opiniones y los discursos de los seres vivientes. No solamente, por lo tanto, las prisiones, los manicomios, el panóptico, las escuelas, la confesión, las fábricas, las disciplinas, las medidas jurídicas, etc., cuya conexión con el poder es en cierto sentido evidente, sino también la lapicera, la escritura, la literatura, la filosofía, la agricultura, el cigarrillo, la navegación, las computadoras, los celulares y -por qué no- el lenguaje mismo, que es quizás el más antiguo de los dispositivos, en el que millares y millares de años un primate -probablemente sin darse cuenta de las consecuencias que se seguirían- tuvo la inconciencia de dejarse capturar” (Agamben 2008: 38-39).

Los fundamentos de la tesis agambeniana son útiles para nuestra propuesta, pues permiten evaluar el modo en que opera el dispositivo como algo más que controla desde un estado disciplinar o normativo. Cualquier cosa que tenga la capacidad de orientar, capturar o modelar el pensamiento y de generar estados mentales es un dispositivo. Siguiendo ese razonamiento, la fotografía asoma como uno de los más eficaces mecanismos de creación de subjetividad.

### *El efecto de realidad*

La fotografía, como todo artificio, esconde mecanismos culturales e ideológicos, actuando como una autoridad. En el caso del dispositivo fotográfico, es el paradigma del realismo el que se ha instalado para orientar la percepción visual en torno a lo real y lo ficticio. El objeto -el referente- es el que ha ejercido una hegemonía casi absoluta, dejando a la imagen sólo como una cuestión de superficie. Proponemos que el dominio de la fotografía se sitúa más propiamente en el campo de ontología que en el de la estética, ya que su historia puede ser contemplada como un diálogo entre la voluntad de acercarnos a lo real y las dificultades para hacerlo. La tesis del realismo fue plasmada por Roland Barthes -otro fiel exponente del estructuralismo francés- en “La cámara lúcida” (1980). El ensayo enjuicia el régimen de verdad que ha suscrito parte de la historia de la fotografía y, con ello, se hace extensible un planteamiento que contextualiza los alcances psíquicos de otros formatos audiovisuales, como el cine documental o las producciones audiovisuales de ficción.

Para comprender dicho análisis debemos recoger algunos antecedentes históricos. El más importante de ellos es el carácter realista que funda la naturaleza del acto fotográfico, en el que predomina la verdad sobre la belleza. Es la metáfora del espejo con memoria. El régimen de verdad (o la ética de visión) se resume en el siguiente enunciado: “la cámara no miente, toda fotografía es una evidencia”. Desde ahí la fotografía se impone como metafísica de lo visual en los principales aportes teóricos al respecto, todos los cuales justifican el vínculo entre la imagen y fenomenología de la percepción: la imagen mental y el doble/reflejo (Edgar Morin 2001), la crítica a la analogía fotográfica (Jean-Marie Schaeffer, 1990), la imagen transparente (Josep M. Català 1993), la ontología de la imagen fotográfica (Joan Fontcuberta 2011) y la naturaleza indiciaria del acto fotográfico (Philippe Dubois 1986), por nombrar los más representativos de la discusión académica reciente.

Es por este motivo que el trabajo de Barthes representa un hito en los estudios sobre el acto fotográfico. Es la coherente articulación de todas estas expresiones teóricas. Desde el dolor por la pérdida de su madre -y cuya fotografía es la única que comenta, pero no exhibe- el autor presenta cinco ideas centrales. A saber:

a) La fotografía es inclasificable: su fatalidad es que no hay foto sin algo o alguien, y eso la arrastra hacia un desorden y una no clasificación. Es inclasificable porque no se le puede marcar. Es la imagen fotográfica siempre invisible. “No es ella a quien vemos”, escribe. Se interroga a la fotografía. Se pone en entredicho su analogía con el referente: “nadie puede impedir que la fotografía sea analógica; pero al mismo tiempo el *noema* de la fotografía no reside en modo alguno en la analogía”, dice la máxima barthesiana.

b) La fotografía y su relación con el sujeto que posa: se produce una disociación de la conciencia con la identidad. Quien posa se fabrica otro cuerpo pues se transforma en imagen, convirtiéndose en espectro ya que vive una micro experiencia de muerte. “Veo un cuerpo que no es el mío”, escribe. El sujeto muere simbólicamente en la fotografía. La paradoja no tarda en aparecer: el yo es el que no coincide nunca con su propia imagen. “El yo es ligero, disperso, inquieto; la imagen está quieta, es pesada y ordenada”, dice el autor. El nuevo cuerpo que se ocupa -en la imagen- nunca alcanza grado cero ni será neutro. En la foto, el modelo deja de ser persona y se convierte en objeto de exhibición.

c) La co-presencia de *studium* y *punctum*, dos elementos discontinuos que la hacen llamativa para el espectador. Mientras el *studium* es parte de nuestro campo de saber y adiestramiento existencial, el *punctum* es el que sale de escena, lo que provoca un pinchazo y lo que despunta al espectador. La imagen de la cosa o sujeto



que aparecen adquieren un sentido más allá del plano de la foto (“tiene vida más allá de la foto”), transformando el realismo de la escena en un viaje por la imaginación.

d) La fotografía como autenticación/certificación: el rasgo esencial que distingue a la fotografía de cualquier otro tipo de imágenes es esa obstinación del referente en estar siempre ahí. Demuestra que ese algo ha sido (“esto-ha-sido”), pues lleva siempre al referente consigo. Es muerte y melancolía a la vez gracias a una doble posición conjunta entre realidad y pasado (“esto ha sido”).

e) La fotografía es una imagen sin código: no toma una copia de lo real, sino es una emanación de lo real en el pasado. Construye una nueva existencia a partir del instante que captura. En ese sentido, depende de la ausencia actual del objeto, pues se actualiza a través del espectador, generando un poder de autenticación que prima sobre el poder de representación.

La aparente insignificancia estética de la fotografía, entonces, adquiere su máspreciado valor como constructor del realismo. Esto porque, como destaca Barthes, las exigencias estéticas se impregnan de exigencias referenciales, compuestas estructuralmente de elementos sumatorios, siempre provistas de una temporalidad y a título de significado de connotación. En otras palabras, cuando la fotografía le indica al espectador que lo que muestra “es lo real”, esos detalles descriptivos denotan directamente lo real: lo significan o lo connotan. Se trata de una realidad significada desde una estética que se fundamenta en lo verosímil. Se produce, entonces, un vaciado del concepto mismo de referencia y con ello se altera la naturaleza tripartita del signo. Al desaparecer el referente, queda un mero encuentro entre un objeto y su expresión. Se valora sólo al referente. Éste adquiere protagonismo, invisibilizando la artificialidad de las imágenes y toda su carga teatral que superan la intención del acto fotográfico mismo. Este último se enfrenta a una realidad que posa frente a la cámara y, por lo tanto, menos predecible. En teoría, requiere algo más que una simple pose. La respuesta está nuevamente en Barthes: en su mirada anti teatral de la fotografía.

La pose es el elemento teatral por excelencia en fotografía: el dejarse fotografiar. Como escribe Susan Sontag, “hay algo en las caras de la gente cuando no se saben observados que nunca aparece cuando sí”. Y agrega: “Si no supiéramos cómo hacían sus fotografías del metro Walker Evans (recorriendo el interior del metro de Nueva York durante cientos de horas, aguantando con la lente de su cámara apuntando entre dos botones de su abrigo), sería evidente por las propias fotografías, que los pasajeros sentados, aunque estuvieran fotografiados de cerca y frontalmente, no sabían que estaban siendo fotografiados, sus expresiones son privadas, no son las que habrían ofrecido a la cámara” (Sontag 2008). De hecho, las fotos de Evans comentadas por Sontag corresponden a una búsqueda de realidad un tanto escurridiza, pues no resulta fácil captar a sujetos desprevenidos. Barthes es enfático al describir la alteración que se produce tras la experiencia de dejarse fotografiar: “Entonces, cuando me siento observado por el objetivo, todo cambia: me constituyo en el acto de posar, me fabrico instantáneamente otro cuerpo, me transformo por adelantado en imagen. Dicha transformación es activa, siento que la fotografía crea mi cuerpo o lo mortifica, según su capricho” (Barthes 2005: 37). La sensación de autenticidad que se obtiene tras la pose no sería otra cosa que teatralización.

De cualquier modo, la pose se obtiene a partir de un cuadro mental que se construye en la imaginación del fotógrafo. Antes de disparar, la imagen fotográfica ya tiene forma y contenido en la conciencia de aquél. Por ello, la teatralidad supera el mero deseo y/o acuerdo de ser fotografiado o al conocimiento de alguien de que se formará parte de la foto. De hecho, uno de los rasgos más originales de “La cámara lúcida” es que Barthes no alberga ningún interés en escenas de absorción o distracción como estrategia de representación, ya que dicha estrategia no le parece antiteatral. Es decir, no basta que el sujeto fotografiado no tenga conciencia de que

es objeto del lente de la cámara, ni menos de que formará parte de una fotografía. Si el fotógrafo desea capturar un momento, y en ese momento hay un sujeto o grupo de personas que no han sido consultadas ni requeridas, pero, además, surge un elemento que pincha al espectador o que le genera un “corte” sin que haya sido previsto por el fotógrafo, la teatralidad asoma con toda su fuerza. Es la idea previa convertida en imagen, pero con un detalle sorprendente para ambas partes, operator y espectador.

### *El falso espejo con memoria*

Un paso necesario para reforzar nuestra tesis lo constituye la presentación de algunos registros fotográficos que han nutrido la historiografía latinoamericana. Como podrá observarse, en cada uno de estos ejemplos la imagen tiene su propio régimen de visualidad que se caracteriza por la constante tensión entre ontología y estética.

#### a) La muerte de Pinochet

Una de las fotografías más comentadas de la muerte de Pinochet (ver FIGURA 2) simboliza el corolario de la vida del dictador, pero no el que muchos de sus partidarios quisieran. Mientras sus restos son velados en la Escuela Militar de Chile, la cámara fotográfica congela el homenaje póstumo de tres jóvenes cuyo brazo extendido sobre el féretro representa el célebre saludo fascista. No hay duda. El gesto es explícito y preparado. Aquel trío corona la campaña anti-pinochetista que asoció bulliciosamente la figura del militar con algo más potente que la del típico dictador latinoamericano. Es el Pinochet nacionalista, criminal y caudillo de una pseudo-ideología intransigente de origen europeo el que se dibuja en la retina del observador imparcial.

En la imagen, nada queda del abuelo enfermo y bonachón del pinochetismo más humano. Si alguna vez existió, ese líder murió en esta fotografía.

FIGURA 2: Saludo nazi en la muerte de Pinochet



El punctum es lo que pincha al espectador, dice Barthes. Esta fotografía pincha en plenitud. El rostro de Pinochet, hinchado y comulgando con las migajas del poder que alguna vez ejerció. No hay metáfora alguna, pues el sentido está dentro del marco. No se requiere salir de él. El mensaje es directo y claro: nuevas generaciones lamentan su partida. Y lo hacen con la frente en alto: “fuiste nuestro guía, ahora te lloramos, pero nos enorgullecemos de tu legado”, pareciera que dijeran los tres protagonistas. Es la potencia de una imagen que resume 17 años de dictadura, muertes y persecuciones. Fuera del discurso visual quedan el éxito económico y el ejemplo a seguir en materia de transición política para América Latina. El dispositivo ha hecho lo suyo.

b) Betancourt, prisionera de las FARC

El secuestro (y posterior liberación en 2008) de Ingrid Betancourt se transformó en uno de los actos más repudiados por la comunidad internacional. La fotografía que presentaron sus captores fue el único medio de prueba de que estuviera con vida (ver FIGURA 3). La ex candidata a la Presidencia de Colombia se muestra sentada, cabizbaja y en medio de la selva. La pose refleja el momento y su circunstancia. No hay motivos para celebrar. La imagen denota un apego y resignación. Destacan su cabello y delgadez frente al contraste de la otrora Ingrid, la mujer valiente y decidida del Parlamento. Vulnerable, su sola presencia da cuenta de la violencia de una guerrilla que lejos de amainar, es el sombrío panorama de una tensión armada que sólo se le recuerda con imágenes como ésta.

Sin metralletas ni armas de fuego, el impacto del cautiverio habla desde el no encuadre. Pincha al espectador su pose, y éste se imagina quienes están fuera del cuadro. Se pregunta si ríen o agreden verbalmente a la secuestrada. La escuálida puesta en escena se impone y desmitifica la "imaginaria selva" colombiana. Los no rostros habitan aquel lugar, imponiendo un realismo que impacta mucho más que un grupo de guerrilleros posando frente a la cámara fotográfica.

FIGURA 3: Ingrid Betancourt secuestrada por las FARC



c) El "Che" y el habano de Jean Paul Sartre

El Che tenía 32 años cuando se entrevistó con Jean Paul Sartre en 1960 (ver FIGURA 4). Era la medianoche y Ernesto Guevara ejercía como presidente del Banco Central de Cuba. El filósofo parisino descubrió en Guevara la encarnación de la vigilia revolucionaria, la misma que lo llevó a morir en Bolivia. "El comandante Ernesto Guevara es considerado hombre de gran cultura y ello se advierte: no se necesita mucho tiempo para comprender que detrás de cada frase suya hay una reserva en oro. Pero un abismo separa esa amplia cultura, esos conocimientos generales de un médico joven que por inclinación, por pasión, se ha dedicado al estudio de las ciencias sociales, de los conocimientos precisos y técnicos indispensables en un banquero estatal", observó Sartre (1960). "Se abrió una puerta y Simone de Beauvoir y yo entramos: un oficial rebelde, cubierto con una boina, me esperaba: tenía barba y los cabellos largos como los soldados del vestíbulo, pero su rostro terso y dispuesto, me pareció matinal. Era Guevara", escribió más tarde.

FIGURA 4: Encuentro entre el Che Guevara y Sartre



En lo particular, el filósofo notó que el comandante acababa de salir de la ducha, había empezado a trabajar muy temprano, almorzado y comido en su despacho, recibido a visitantes y que esperaba recibir a otros después de él y su acompañante. Mientras conversaban, Sartre llevó a sus labios un habano apagado. Fue entonces cuando el Che activó su encendedor ofreciéndole fuego. La fotografía se convierte en un átomo luminoso chispeando en la atmósfera insomne de la revolución cubana. Es el resumen de un diálogo que visualmente recoge la sintonía de ambos personajes, cuyos métodos fueron distintos, pero que abrazaban un objetivo común. Refuerza, asimismo, la atención mundial de un proceso que dejó de ser sólo continental.

*La máquina antropológica*

Los aportes teóricos y los ejemplos revisados permiten articular una tesis en torno a la fotografía que la vincule a la construcción del ser latinoamericano. Al igual que cualquier mecanismo de construcción de identidad (pasada, presente y futura), lo latinoamericano se sitúa como un conjunto de realidades moldeadas desde el control y la orientación de un dispositivo que le garantiza un lugar en la máquina antropológica, llena de condiciones para una vida ética, con derechos y deberes, donde la historia se re-acomoda según parámetros de lo deseable. Si reconocemos -siguiendo a Foucault- como dispositivo todo ese complejo y descentrado conjunto de saberes, prácticas, medios e instituciones cuyo objetivo es gestionar, controlar y orientar los comportamientos, gestos y pensamientos de las personas, en un sentido de aparente utilidad y conservación, abrimos el término. Ya no son sólo dispositivos la cárcel, la sexualidad, el hospital psiquiátrico, la escuela o el ejército. También lo son el club deportivo, la literatura, la filosofía, la telefonía celular, Internet, la televisión, el teatro y el cine. Todos ellos lo son, y cada uno de los engranajes simbólicos que los constituyen conforman una red de poder, protocolos e influencias en el conocimiento.

Si el dispositivo es todo aquello que facilita el reconocimiento de lo humano, entonces todo dispositivo es, por alcance, un dispositivo antropológico, que se constituye a partir de los espejos que el ser latinoamericano utiliza para reflejar su subjetividad. Es la imagen del sujeto en el estadio, en el bar, en la escuela, en la economía callejera, en la pobreza, en su barrio etc. los que delinear y legitiman los rasgos constitutivos de un sujeto que se alimenta desde sí mismo. El sujeto se refleja en el dispositivo, y éste lo orienta y define. La simbiosis no puede ser más fructífera. Pareciera que la captura de lo humano se ejerce hoy en día por nuevas máquinas antropológicas, cuyas marcas de identidad y subjetivación son infranqueables. No hay sujeto sin dispositivos, y éstos se han adaptado a las nuevas exigencias del mundo moderno. Nuestro objeto de reflexión -la fotografía- asume rasgos y funciones que no se alejan demasiado del dispositivo foucaultiano. Al igual que las máquinas discursivas estudiadas por el filósofo francés, el acto fotográfico opera como una máquina transformadora y un principio de organización visual y discursivo. Más allá de reducirse a un mero agenciamiento técnico, el dispositivo es un sistema circular y complejo donde se determina, según las modalidades espacio-temporales y las condiciones de la experiencia particular, las posibles relaciones entre el espectador, el aparato tecnológico, la imagen y el medio social.

En sintonía con el dispositivo antropológico descrito, las cuatro líneas principales que componen el dispositivo en la fotografía se observan de la siguiente manera:

a) Visibilidad: la fotografía describe una arquitectura de la realidad, haciendo visibles ciertas partes y dejando otras en penumbra. Muestra y oculta a través de una

imagen realista. La ausencia y presencia de elementos del referente potencia y debilita algunos aspectos de la construcción de subjetividad.

b) Enunciación: la fotografía habla a través de la producción de un régimen de enunciación concreto. Estas líneas determinan el espacio de lo enunciable, aquello que puede ser dicho en el campo del discurso social. Ello significa que la producción visual no es ajena a los tabúes y las dominancias de lo que se dice en un estado de sociedad ni a la doxa que debe emplear para organizar su relato.

c) Espacio-tiempo: permite a la fotografía ocupar un determinado lugar en el espacio-temporal, adoptando una forma concreta a través de personajes e historias de la vida real. El fotógrafo recurre a la interioridad de dicho espacio -temporal (o más bien lo atraviesa) y regula el tipo de relaciones que pueden producirse.

d) Verdad: la fotografía describe las condiciones en las que se construye el sujeto/objeto de conocimiento, participando del proceso de individuación de grupos o personas en un régimen de verdad determinado. Éste forma parte constitutiva de lo que se afirma como verídico o falso en el relato visual. La realidad se presenta como soporte del dispositivo fotográfico, sin que ésta sea puesta en duda por el espectador. Se podrá adherir o rechazar lo que se observa, pero no se cuestiona lo que se muestra (imagen).

De este modo, el dispositivo fotográfico hace posible el lugar donde se inscribe el cambio entre un espacio mental y una realidad material, es decir, cumple una función de construcción subjetiva. No es sólo un discurso, ni mucho menos un mero espejo con memoria, es una máquina que orienta las relaciones posibles entre el espectador y el referente. Opera como cualquier otro creador de subjetividades, y en calidad de tal merece ser analizado.

## CAPÍTULO 7

**Por qué “El diario de Agustín”  
no puede exhibirse en la televisión chilena**

En el mes de marzo del año 2013, el galardonado documental *El diario de Agustín* fue objeto de una poco publicitada polémica. Su director -Ignacio Agüero- fue invitado a realizar una retrospectiva de su obra en el Museo de la Memoria. Dentro de esa actividad y asociado a la exhibición de dicha película se programó un panel de discusión titulado Por qué “El diario de Agustín” no puede exhibirse en la televisión chilena, en el que participarían los dos ex miembros del Directorio de TVN, la periodista Faride Zerán y el ex ministro Francisco Vidal, así como Fernando Villagrán (productor del filme) y el ex presidente de la FEUC, Giorgio Jackson. A pocos días de iniciarse la actividad, Agüero desiste de una petición efectuada por Ricardo Brodsky, Director Ejecutivo del Museo de la Memoria, quien le solicita cambiar a algunos panelistas. Brodsky arguye dos razones: primero, que el panel debiera ser menos político y más centrado en el análisis filmico del documental; y segundo, que los invitados vinculados a TVN (Faride y Vidal) pueden estar tentados a poner al actual director ejecutivo de la estación televisiva en el banquillo de los acusados por la no exhibición de la película.

Tras la negativa de Agüero a excluir a ambos invitados, Brodsky decidió dejar sin efecto la actividad. Y tenía sus razones. Zerán y Vidal probablemente tendrían mucho que decir tras un hecho ocurrido meses antes de tal cancelación. TVN decidió unilateralmente poner fin al contrato de emisión de *El diario de Agustín*; tras una entrevista concedida por Fernando Villagrán, productor de la obra, al semanario *The Clinic*, en donde señala que “el Directorio de TVN le tiene miedo a Agustín Edwards”. Es decir, TVN no respetó el compromiso de emisión de la película, cuyos derechos de exhibición adquirió hace tres años, y cuya vigencia concluía el 30 de mayo de 2013.

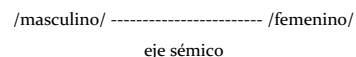
En carta dirigida a Ignacio Agüero -con fecha 3 de enero de 2013 -el director ejecutivo de TVN señala: “El señor Villagrán se ha permitido descalificar moralmente al directorio de Televisión Nacional de Chile y ha puesto sobre este canal una presión pública inaceptable e incomprensible (...) oído el directorio y reafirmando la autonomía de Televisión Nacional de Chile, he resuelto no emitir “El diario de Agustín”, poner término anticipado al contrato entre ambas partes y, para los efectos de proceder a la devolución del material audiovisual de su propiedad, he encargado la preparación de un documento de término de común acuerdo”.

En virtud de los antecedentes entregados, el título de esta ponencia no es antojadizo: Por qué “El diario de Agustín” no puede exhibirse en la televisión chilena. Es el nombre del panel censurado, pero también es parte de las conclusiones que derivan de una reciente investigación doctoral (Dittus, 2012a) en la que tuve al filme de Ignacio Agüero como uno de mis objetos de estudio. El enfoque utilizado fue semiológico. Y parte de la metodología, greimasiana. A continuación, presentaré parte de esos resultados, dejando en evidencia que el problema de la televisión chilena y la tensión que le genera el documental de Agüero es que éste pone fin a un tabú: el prestigio de Agustín Edwards y el diario más influyente de Chile, *El Mercurio*.

**Greimas y la estructura profunda del sentido**

En una tradición semiológica de análisis más concretos, el sentido del texto visual puede ser sometido a criterios semejantes de segmentación postulados para el estudio del texto literario. Para estos efectos, la teoría semiótica propuesta por A. J. Greimas es pertinente para explicitar las condiciones de producción de aprehensión del sentido que se manifiesta en cualquier tipo de textualidad, como es el caso del cine documental político (Dittus, 2012b). En la semiótica greimasiana, la trascendencia de un texto es entendida como la descripción del sentido desde perspectivas materiales más amplias que las ofrecidas por el texto, dentro de las cuales el texto mismo adquiere un sentido. La aplicación de esta última permite indagar sobre la discursividad social a la que el texto pertenece. No se debe olvidar que un texto no se agota con una sola lectura, y todas ellas están condicionadas por los contextos históricos y culturales en los que se consume. Además, todo texto puede ser entendido en término de relato y de discurso simultáneamente, por lo que es posible orientar el análisis hacia los aspectos puramente discursivos, atendiéndose a lo que Greimas definió como la investidura semántica de cada discurso: las figuras sémicas. Se trata de elementos operacionales que remiten a las estructuras profundas de la significación.

Las estructuras discursivas se organizan a partir de la instancia de enunciación, es decir, la puesta en discurso de las estructuras narrativas de un texto. Para que un sema sea visible o inteligible debe aparecer en oposición con otros semas del mismo nivel, ya que se trata de una unidad mínima de significación situada en el plano del contenido, pero de naturaleza relacional y no sustancial. Es decir, lo que define a un sema no es otra cosa que su valor diferencial. Entre los semas opuestos existe algún tipo de conexión semántica que hace posible su relación básica, y manifiesta una diferencia que genera oposición. Así, por ejemplo, /lo masculino/ es comprendido en relación con /lo femenino/. Ambos rasgos semánticos ocupan los extremos de una relación de sexualidad. Se establece entre ellos una relación de conjunción y de disyunción simultáneamente. Toda disyunción opera siempre sobre cierto grado de conjunción entre los términos opuestos (Greimas, 1987: 27-44). El grado de conjunción que conecta dos semas está dado por el eje sémico:



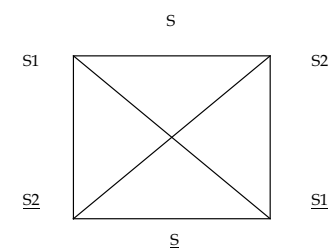
El eje sémico trata de una relación binaria que se establece entre dos semas en el nivel profundo del plano de contenido, constituyendo la estructura elemental de la significación. No hay significación sin estructura. Dentro de las estructuras de la significación, la relación binaria mínima es el eje sémico. Como se observa, el modelo greimasiano se sustenta en un binarismo que opera como una regla de construcción de sentido que se expresa a través de una relación de contrariedad y una relación de contradicción.

La primera de ellas se proyecta más allá del eje sémico en ciertas prácticas sociales como los binomios /izquierda/- /derecha/, /alto/-/bajo/ o /continuo/- /discontinuo/, pues cada una de esas oposiciones está contenida en una categoría sémica autónoma y con sentido. Por su parte, la relación de contradicción se refiere a posiciones dentro del mismo eje sémico, con la particularidad de que estas dos posiciones son extremas y dan lugar a una oposición de la que surge el sentido. Así, por ejemplo, la negación de /alto/ es la ausencia de ese sema.

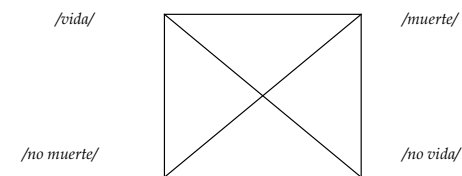
La relación entre /alto/-/no alto/ constituye una relación de contradicción, pues /no alto/ no significa /bajo/. Lo mismo se aplica a otros ejemplos:

- /adulto/ - /no adulto/
- /mal/ - /no mal/
- femenino/ - /no femenino/
- /vida/ - /no vida/

Las relaciones de contradicción generan una nueva categoría sémica, que a su vez está en contradicción con la categoría sémica original. La forma en que Greimas grafica estas relaciones estructurales del sentido es a través de un esquema inspirado en categorías lógicas, en el que se hace visible la interacción de las categorías sémicas: el denominado cuadrado semiótico (Greimas 1980: 137).



En el esquema, S representa el universo significante en su totalidad o cualquier sistema semiótico, y S es la ausencia de sentido o el término contradictorio de S. En tanto, la relación entre S1 - S2 supone una relación de contrariedad, al igual que entre S2 - S1; y la relación de contradicción se observa en el eje S1 - S1 y en el eje S2 - S2. Así, por ejemplo, la /negación de la vida/ (S1) implica la presencia de la muerte (S2); la presencia de la vida implica la /negación de la muerte/ (S2).



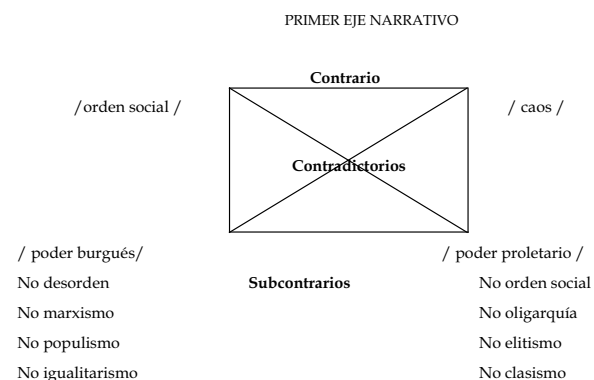
El cuadrado semiótico es útil para dar cuenta de la generación de sentido manifiesto y no manifiesto en el discurso que se obtiene en un texto. De esta manera, el texto contiene no sólo el sentido que declara, sino también el que oculta: la opacidad del discurso o los sentidos "silenciados". A partir de los términos positivos es fácil obtener sus contradictorios correspondientes. Así, el cuadrado greimasiano da origen a un conjunto de dimensiones estructurales y de estructuras sémicas que permiten organizar la significación del discurso.

Si bien, el cuadrado semiótico, tal como ha sido presentado, corresponde a un nivel abstracto de la descripción, en los diversos textos aparecerá realizado bajo el revestimiento de distintas formas de manifestación. Por ejemplo, todas las

sociedades distribuyen sus normas (jurídicas, sexuales, protocolares, morales, etc.) de acuerdo al cuadrado semiótico, aunque varíen en la especificidad de sus relaciones binarias. Lo que está prescrito en una sociedad puede no estarlo en otra. Por ello, el modelo puede dar cuenta de la dimensión ideológica de la cultura, más allá de la propia especificidad en la contradicción o la contrariedad sémica. Se trata, entonces, de un modelo taxonómico.

**El cuadrado semiótico en “El diario de Agustín”**

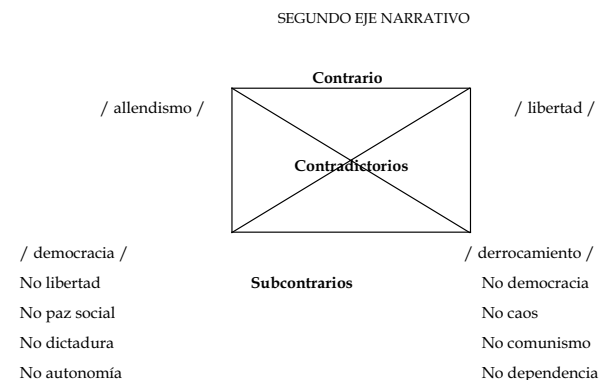
La discursividad de la que, en forma explícita o implícita, *El diario de Agustín* da cuenta en su retórica audiovisual conforma un repertorio de temas, protocolos formales, campos epistémicos y dinámicas ideológicas que se sintetizan de la siguiente manera, según los componentes que se reconocen en el modelo greimasiano. La sintaxis que se observa es operatoria, pues es el lugar de las operaciones y las transformaciones. Reformuladas en términos de relaciones de contrariedad y contradicción, las operaciones aparecen como transformaciones por las cuales un contenido es negado (disjunción) y otro afirmado (conjunción). Como se ve, estas categorías están destinadas a articular y dar la forma al micro-universo (S) susceptible de producir significaciones discursivas.



En este primer eje narrativo se observa una clara relación de contradicción y contrariedad entre cuatro campos semánticos. Por un lado, el orden social que busca ser garantizado por el diario de Agustín Edwards a través de su oposición a cualquier forma de poder popular, pues simboliza el caos. Éste representa la pérdida de privilegios con los que se asocia la influencia de las clases populares, motivo que supone una oposición al orden social oligárquico. Del mismo modo, ese orden es incompatible con cualquier forma de ascenso del proletariado, el que a su vez es contrario (u opuesto) al poder burgués que representa el sector social defendido por *El Mercurio*.

Por otra parte, la contradicción se observa entre los ejes diagonales en la figura (/orden social/ - /poder proletario/ y /caos/ - /poder burgués/). Por un lado, en el relato se plasma la idea de que para Edwards y un importante sector de chilenos el orden social no puede ser garantizado por alguna forma de poder popular, marxista o igualitario, pues eso significa terminar con las diferencias de clase que representa el modelo oligárquico tradicional y que es fuertemente atacado tanto por la reforma agraria como por el movimiento estudiantil de la Universidad

Católica. Del mismo modo, esa contradicción se presenta al identificar la relación /caos/ y /poder burgués/, pues es este último el que ha garantizado -según la tesis política defendida por *El Mercurio*- la estabilidad y la gobernabilidad del Chile en las últimas décadas. Es ese elitismo de clase el que es cuestionado por los movimientos sociales que abogan por un mayor poder proletario, modelo que prioriza el igualitarismo social y el término del elitismo, la exclusión y los abusos provenientes de un Chile hecho a la medida de la clase burguesa y lectora del diario.



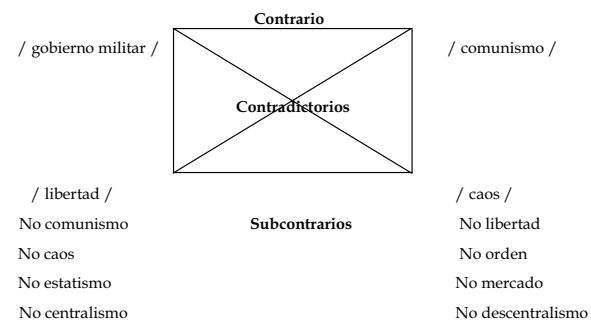
La postura anti-Allende que tuvo *El Mercurio*, y que fue explícita en el tratamiento informativo hacia el candidato socialista durante la campaña presidencial de 1970, termina por concretarse tras el viaje de Agustín Edwards a Estados Unidos. El filme enfatiza el rol jugado por el empresario para desbancar al presidente marxista, incluso por la fuerza si era necesario. Lo interesante del relato es que la democracia es para Edwards no un modelo a respetar, sino es el anticomunismo a cualquier precio el que motiva todas sus acciones mientras Allende ejerce la Presidencia de la República. El proyecto de la Unidad Popular representaba para muchos chilenos una “nueva Cuba”, aunque el triunfo en las urnas fuera legítimo. Esa ausencia de /libertad/ que significaba el marxismo en esos años de Guerra Fría explica que no se descartara la vía armada para terminar con un gobierno que era sinónimo de caos, dependencia soviética y falta de autonomía. La ayuda económica entregada al diario por el gobierno de Richard Nixon va, precisamente, en esa dirección: desequilibrar la imagen del nuevo gobierno desde el periódico más influyente y prestigioso del país.

En ese sentido, son claras las relaciones de contradicción que se visualizan. Por un lado, el eje /libertad/ y /democracia/ no son sinónimos para un sector social y político en Chile, lo cual explica que la figura /derrocamiento/ fuera incompatible lógicamente para lo que representaba el /allendismo/. Los campos semánticos /no autonomía/ y /no dictadura/, son, asimismo marcas de un gobierno que siempre tuvo a los fantasmas /no libertad/ y /no paz social/ como sus peores enemigos, razones que esgrimieron los militares para tomar el poder en 1973. No se debe olvidar que, en esos años, el comunismo es asociado por el bloque mundial que encabeza EE. UU. a una forma de dictadura.

El tercer eje narrativo se centra en la clara oposición /gobierno militar/- /comunismo/, contrariedad que fundamenta la relación de todos los componentes semánticos asociados. El anticomunismo es lo que alimenta el apoyo de A. Edwards al golpe de Estado, y tras él, la colaboración comunicacional que propició durante todo el régimen desde su diario. Del mismo modo, los militares son asociados a la

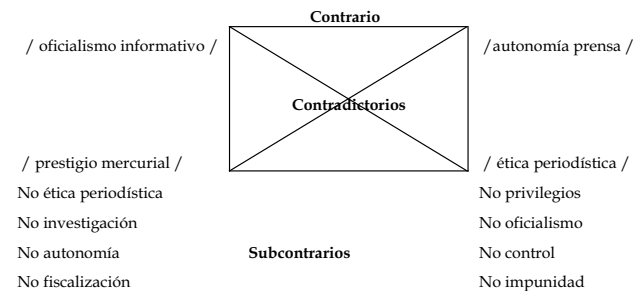
Llegada de la libertad y al fin del estatismo y centralismo como modelos de organización económica. Estos sistemas políticos representan el caos o el desorden, una figura alejada del progreso y el desarrollo individual. La complementariedad es, entonces, explícita entre los ejes semánticos /gobierno militar/ - /libertad/ y /comunismo/ - /caos/. Esto se ve reforzado una vez que la dictadura de Pinochet reduce el papel del Estado, implanta el liberalismo económico -cuya filosofía proviene de la Universidad de Chicago en Estados Unidos- e impulsa políticas públicas que activan el desarrollo del capital y el emprendimiento privado.

TERCER EJE NARRATIVO



La contradicción semántica explica, asimismo, el quiebre democrático en Chile como un mal menor. Mientras el comunismo es incompatible con la libertad y el régimen militar no puede ser menos caótico que el gobierno de Allende, todas las esperanzas de A. Edwards son puestas en el depuramiento político y social llevado a cabo por los militares, aunque esto haya significado atentar contra la vida de miles de chilenos. No se explica de otro modo, dice el filme, la complicidad que ejerció *El Mercurio* para mantener en silencio el lado más oscuro del pinochetismo.

CUARTO EJE NARRATIVO



El acceso a las fuentes informativas de gobierno y el uso privilegiado que *El Mercurio* hizo de éstas, se opone al rol autónomo que, en teoría, el periodismo deber respetar para una correcta fiscalización de los órganos del Estado. En el filme se muestra el trato directo que el diario de Agustín Edwards tiene con las diversas esferas del poder político, aun cuando esa actitud lo haya apartado de aquellas informaciones que requerían un mayor contraste e investigación periodística. La posición privilegiada de *El Mercurio* en la sociedad chilena y el apoyo que el diario otorgó desde un primer momento a los militares hicieron de su relación con el régimen de Pinochet algo que lo aparta del imaginario periodístico ideal, pero ausente en el Chile de esos años: un periodismo con un profundo deber ético, comprometido con la causa democrática y autónomo de poder político. Así, es igualmente opuesta la relación del eje semántico /prestigio mercurial/ - /ética periodística/, pues esta última contempla una serie de deberes profesionales que los reporteros y cronistas del diario no llevaron a cabo con diligencia.

La autonomía de prensa se ve afectada por el prestigio que viste a *El Mercurio* en esos años, transformándose en una relación contradictoria y excluyente. Algunos testimonios del filme indican que ese poder periodístico no fue ejercido con la fuerza necesaria, principalmente por la justificación que Edwards había hecho del golpe de estado tras una larga y efectiva campaña anti-Allende. Luego de estos acontecimientos, no es extraño que el diario fuera tratado con especial "afecto" por las nuevas autoridades, consolidándose un vínculo de apoyo mutuo que no es compatible con la deontología informativa: por un lado, *El Mercurio* no es crítico del régimen, y por otro, el gobierno entrega información exclusiva al diario más longevo de habla hispana.

En *El diario de Agustín* el universo discursivo se ordena en campos y regiones epistémicas fácilmente reconocibles. Desde esas regiones, el enunciador le otorga protagonismo a unas prácticas que califican como justas o democráticas, por un lado, y en abusivas y criminales, por otra. La ética periodística, la teoría política y el derecho penal se yuxtaponen para describir la acción y omisión de *El Mercurio* y su propietario en el período más convulsionado de la historia reciente de Chile. Desde allí, la mentira, el elitismo de clase, el poder en las sombras o el uso de información privilegiada conforman el perfil de un diario, cuyas prácticas se enfrentan todavía a un juicio pendiente. La ausencia de una responsabilidad moral, la pérdida de su independencia y el lobby habitual que el diario mantiene con la dictadura son duras pruebas contra Edwards y su intacta posición de privilegio. La película atraviesa cada uno de esos campos y se nutre de sus paradigmas. Desde allí refuerza los ejes argumentales /libertad/- /control/ o /democracia/- /dictadura/, en un claro intento por comprender los principios que impulsaron al diario a mantenerse fiel a la doctrina ideológica del régimen militar y pasivo frente al abuso de los organismos de inteligencia. Cada una de estas regiones epistémicas se explican por sí mismas y no requieren traducción enunciativa, facilitando un discurso anti-Edwards que termina por convencer a lectores y no lectores de *El Mercurio*, alguna vez incrédulos o poco entusiastas con el pasado de su país.

En una reducción ideológica los ejes se expresan en las siguientes oposiciones binarias:

- /democracia/ - /dictadura/
- /independencia periodística/ - /partidismo político/
- /oligarquía/ - /marxismo/
- /comunismo/ - /libertad/
- /conservadurismo/ - /progresismo/
- /responsabilidad penal/ - /impunidad penal/
- /verdad/ - /falsedad/
- /orden/ - /caos/
- /clasismo/ - /igualitarismo/
- /poder burgués/ - /poder popular/

El centro discursivo desde el cual se narra y argumenta es aquel que reconoce la ética periodística, la justicia social, la democracia y la libertad de expresión como valores máximos de la convivencia social y la gobernabilidad. La construcción argumentativa del filme se nutre de las actuaciones y posturas que fueron ejercidas por *El Mercurio* para defender los intereses de clase que representa. Los vínculos del diario con la sociedad oligárquica chilena y con sus sectores más conservadores, la salida antidemocrática que Edwards sustentó frente a la crisis política que Chile vivía en la década del setenta y su apoyo explícito al golpe de Estado de 1973, muestran un discurso filmico que condena abiertamente los episodios de complot y montaje informativo que fueron articulados para derrocar al gobierno de Allende. Con la misma convicción acusatoria, la película no titubea al presentar a un diario que no quiso ejercer su poder e influencia para investigar y denunciar las violaciones de derechos humanos en dictadura, entre otras razones, porque desde el primer momento apoyó al régimen (Dittus 2011).

El necesario divorcio entre el periodismo y el poder político es lo que la película se encarga de reforzar, más aún cuando ese poder se ejerce sin contrapeso y sin disidencia oficial. Agüero nos dice que ese escenario agrava la pasividad con que actuó el principal medio gráfico del país. "*El Mercurio* le debe una explicación a Chile" es el discurso que se lee desde los primeros minutos del filme. La impunidad como eje narrativo es lo que encausa cada uno de los argumentos identificados en el análisis textual, arrogándose el derecho de hablar en nombre de quienes no han podido acusar públicamente a Agustín Edwards. El enunciador -como el esperado justiciero- hace uso de una selectividad que podría no ser necesariamente representativa, pues otros personajes de la prensa son tan culpables como el silencio mercurial. En ese sentido, el filme se deja llevar por lo que representa *El Mercurio* y todos los diarios del grupo empresarial, naturalizando algunos rasgos periodísticos que ni en las democracias europeas han sido tan contundentes ni libertarios. No es extraño, entonces, que el documental siga molestando a algunas altas esferas de la televisión chilena, que ven cómo la tesis del Agüero se aplica también a gran parte del periodismo en nuestro país, donde rostros y ex directivos siguen impunes.

## CAPÍTULO 8

**El guionista como traductor:  
construcción imaginaria de un texto efímero**

Dicho en palabras simples, el guionista es aquella persona que escribe guiones. Por su parte, el guion es cualquier texto más o menos acabado que pretende ser otra cosa: una película, una serie de televisión, un videoclip o un cómic. Es una partitura, confeccionada para que otros la ejecuten. Puede ser un músico, un cineasta o un dibujante. Su naturaleza lo convierte en un documento transitorio, que se construye para ser eliminado, dando paso a un texto definitivo y único. La particularidad está aquí: es un texto que nace para ser traducido. En su concepción lleva implícita la marca indeleble de un largo viaje. Es ese rasgo el que convierte al guionista en un traductor. Imagina y escribe con un lenguaje que será necesariamente traducido.

La traducción es un ejercicio intelectual que se sostiene porque hay dos lenguas que potencialmente pueden decir lo mismo, pero, con otras palabras. En cualquier caso, es la acción o el acto de traducir. Gastón Sironi (2015) nos facilita una síntesis etimológica de la palabra traducir, a la cual confluyen -dice- varios ríos: conducir, trasladar, hacer cruzar o pasar de un lado a otro. Es decir, "la idea de viaje está en esos orígenes: alguien que viaja y encuentra a un otro que habla en otra lengua, en otra melodía" (Sironi, 2015: 153). Paul Ricoeur (2005) la define como pretender decir lo mismo de dos maneras diferentes, o decir lo mismo, pero de otro modo. Walter Benjamin (1971) dice que la traducción del lenguaje poético es una forma, por lo que la traducibilidad de ciertas obras debería ser esencial. Aunque también reconoce que no es necesario que los buenos traductores sean buenos poetas. Para Henri Meschonnic (2009) existe una equivalencia entre traducir e interpretar, aun en una misma lengua, porque la traducción es un problema del lenguaje, no de la lengua. De ese modo, cuando se traduce según el signo, la única expectativa es la del sentido, porque el signo no conoce otra cosa. O como se pregunta Alfonso Reyes a propósito del imposible problema de la traducción: "¿quién no ha oído hablar alguna vez de las cosas que sólo se pueden decir en tal o cual lengua?" (Reyes, 1983: 133).

Umberto Eco con su ironía de costumbre se preguntaba en el ya clásico *Decir casi lo mismo* (2010), que tenemos muchos problemas para explicar este enunciado que origina el título de su libro. Primero, es problemático establecer qué significa "decir lo mismo". En segundo lugar, porque no sabemos qué es el "lo", o sea, ante un texto no sabemos lo que debemos traducir. Y, por último, porque en algunos casos abrigamos serias dudas sobre lo que quiere decir "decir". Esto lleva a Eco a elaborar un nuevo concepto: "traducir quiere decir entender tanto el sistema interno de una lengua como la estructura de un texto en esa lengua" (Eco, 2010: 18).

Pero también podemos entender la traducción como un proceso creativo. Al descartar la opción del calco, traducir asume la categoría de mimesis, tal como fue definida por Aristóteles. Lo representado o imitado no solo es el objeto de partida sino todo su complejo proceso creador (Siles, 2015). De modo que, si el escritor de ficción es un fingidor, el traductor finge dos veces, el del primer autor y el de su interpretación de esa ficción. Estas dificultades conceptuales se explican porque lo más difícil del acto de traducir es identificar es qué es lo que un texto quiere transmitir, y cómo transmitirlo. O sea, en la traducción está inherente la

comunicabilidad de un texto original, virgen de ser leído desde una lengua extranjera. Todo surge por el deseo de fidelidad. En teoría, todo autor está en permanente búsqueda del traductor fiel. Se advierte, entonces, una natural tensión entre la fidelidad y la traición. En otros términos, un texto original espera nunca ser traicionado por un mal traductor.

¿Cómo se explica esto? En opinión de Ricoeur, el acto de traducir (o su posibilidad) lleva consigo una pulsión. Recordemos que toda pulsión es considerada una fuerza que impulsa al sujeto a llevar a cabo una acción con el fin de satisfacer una tensión interna. En teoría, la pulsión se dirige a un único fin preciso: suprimir o calmar ese estado de tensión. Para lograr este fin, la pulsión se sirve de un objeto, el que no necesariamente es uno preciso. En la traducción, la pulsión se explica por la insatisfacción de quien traduce y de la obra que se traduce. Ello no es sino la búsqueda de la traducción perfecta o la confección del “texto magnífico”, un deseo que se expresa en un afán cosmopolita y una universalidad que busca suprimir la distancia entre lo propio y lo ajeno.

En efecto, aquí en la traducción se unen dos dimensiones: lo extranjero (la obra, el autor, su lengua) y el destinatario de la obra traducida. Siguiendo a Ricoeur, traducir es como servir a dos amos: al extranjero en su obra y al lector en su deseo de apropiación, debido a una pretensión de autosuficiencia (se rechaza cualquier forma de mediación de lo extranjero) y que proviene del etnocentrismo lingüístico y la hegemonía cultural. Esa búsqueda de la traducción perfecta u omnitradsucción tiene un efecto de resistencia, que actúa como un motor implícito. La resistencia de traducir se explica porque hay un rechazo solapado de lo extranjero por parte de la lengua receptora.

Y esto tiene un sustento lingüístico: todo texto tiene zonas de intraductibilidad que estarían diseminadas debido a campos semánticos que se superponen o sintaxis no equivalentes. Es decir, los giros idiomáticos no son capaces de transmitir los mismos legados culturales. A juicio de Ricoeur, es debido a ese complejo de heterogeneidad que el texto extranjero tiene resistencia a la traducción. Se trataría de una especie de sospecha de traición, como algo inherente al acto de traducir; y que proviene del autor del texto original. Ricoeur cita a Antoine Berman (1999), para quien existen dos modalidades de resistencia, lo que convierte al traductor en un actor ambivalente. Por un lado, el texto se resiste a ser traducido; y por otro, la lengua receptora de la traducción mira con sospecha ese acto intrusivo, forzando la lengua a cargar con el lastre de lo extranjero, y alejando a la cultura que la cobija de sus convicciones lingüísticas.

Umber Eco es explícito en esta materia. Nos dice: “El concepto de fidelidad tiene que ver con la convicción de que la traducción es una de las formas de la interpretación y que debe apuntar siempre, aun partiendo de la sensibilidad y de la cultura del lector, a reencontrarse no ya con la intención del autor, sino con la intención del texto, con lo que el texto dice o sugiere con relación a la lengua en que se expresa y al contexto cultural en que ha nacido” (Eco, 2010: 23).

Complementando la definición de fidelidad que propone Eco, a juicio de Ricoeur, la imposibilidad de la traducción absoluta trae consigo la felicidad de traducir. El filósofo lo llama la “hospitalidad lingüística” (Ricoeur, 2005). Es aceptar la distancia entre la adecuación y la equivalencia. Implica asumir la irreductibilidad de lo propio y lo extranjero como un binomio inseparable del acto de traducir. Ello significa que toda traducción presenta unos márgenes de infidelidad con respecto a un núcleo de sentido de presunta fidelidad (Eco, 2010). Fidelidad e infidelidad (o traición). Ambas, caras de una misma moneda. Para alcanzar ese estado, el acto de traducir lleva consigo como corolario un acto posterior de retradsucción, una especie de ejercicio de bilingüismo, que garantizaría tal felicidad, “donde el placer de habitar la lengua del otro es compensado por el placer de recibir en la propia casa la palabra del extranjero” (Ricoeur, 2005: 28). Como dice Eco, traducir es establecer la

flexibilidad del texto original, la cual depende de una serie de criterios que hay que negociar preliminarmente.

En los términos propuestos por Walter Benjamin en *La tarea del traductor*, el signo característico de una mala traducción es aquella que se propusiera sólo desempeñar la función de intermediario. No se puede hablar de traducción inexacta de un contenido no esencial, que deje de lado al lector. El efecto es que la traducción (el texto segundo) no es esencial para la obra original (el texto primero), pero mantiene con ésta una relación íntima. Debemos reconocer -siguiendo el análisis hecho por Paul de Man (1989)- que el clásico ensayo de Benjamin al que hacemos alusión, muestra al poeta como una figura casi sacra, que hace eco de un lenguaje casi sagrado, por lo que la tarea del traductor alcanza niveles más allá de lo presupuestado ante los ojos de la modernidad. Esto pone al autor alemán, al menos, en una postura contradictoria. De hecho, una de las razones por las que Benjamin toma al traductor y no al poeta es que el traductor, por definición falla. Es la acusación de que el traductor nunca podrá estar a la altura del texto original, y muy lejos del poeta.

Más cerca de lo profano, en el proceso de guionismo, esta relación íntima entre el original y la traducción, es vital. No se observa estas diferencias creativas que observa Benjamin en la literatura poética. La proyección de la primera depende de la configuración de la segunda. Es por lo que el guionista -el auténtico primer autor del espacio poético que será visto en imágenes- garantiza en el tejido del guion todos aquellos recursos que serán fielmente traducibles por el equipo de realización visual o audiovisual, develando siempre los misterios ocultos del texto primero. La vida del original alcanza en el texto segundo su expansión en vida y póstuma más vasta y siempre renovada que cualquier otra creación.

Descartando la teoría del calco, la presente reflexión parte de la premisa de que no es posible acceder a una realidad objetiva, por lo que se descarta la posibilidad de que el mismo sentido sea expresado idénticamente por dos lenguajes distintos. Es negar la presencia de la exactitud. Intencionalmente dejamos fuera de la reflexión el guion adaptado, considerado por la teoría (Seger, 2007) como un claro ejemplo de reescritura, con fórmulas y códigos precisos que se escapan a la tarea de construcción de un guion original.

### *El guion como texto primero*

A diferencia de cualquier otro texto, el guion nace para ser traducido. Para ser convertido en otro lenguaje: dibujo, imágenes, movimiento o sonido. Su naturaleza lo convierte desde el origen en una forma efímera, circunstancial y pasajera, que busca un destino definitivo: la película, la serie de TV, el spot comercial, el cómic (Dittus, 2017). En cualquier caso, se trata de un ejercicio de construcción imaginaria. ¿Cómo funciona? Ya sabemos que imaginar es un recurso mental concebido como el resultado de nuestra condición de seres sociables. Imaginamos porque vivimos en sociedad. Es un viaje que se lleva a cabo en el propio lenguaje. Es una acción metalingüística. Así como interpretar es traducir o comprender es traducir (George Steiner, 2013), imaginar es crear. Siguiendo a Bachelart (2000), sólo la fenomenología puede ayudarnos a restituir la subjetividad de las imágenes y a medir la amplitud, la fuerza, el sentido de la transubjetividad de la imagen. Es decir, la imagen poética que el guionista forma en la conciencia es esencialmente variable. Al igual que el poeta, en la novedad de sus imágenes es siempre origen del lenguaje.

Gilbert Durand (2000) nos recuerda que la conciencia tiene dos maneras representarse el mundo. Una directa, a través de la cual la cosa se presenta directamente ante nuestros sentidos más básicos; y una indirecta, cuando la cosa se presenta a través de la imaginación. En este último caso, dice Durand, el objeto ausente se “re-presenta” ante la conciencia a través de una imagen (Durand, 2000:



io). En la mayoría de los casos, esa imagen adquiere forma de signo, inserto en un sistema de economía conceptual. El guionista hace uso de un conjunto de signos lingüísticos que le dan sentido a un relato futuro, ello porque el significado que se configura en su conciencia es imposible de presentar. Sólo es factible a través de un tipo particular de signo: el símbolo. Se trata del recurso que mejor representa algo desconocido, difícil de explicar con palabras. Como éstas no “dan el ancho” para el sentido que se construye en su conciencia, los nuevos símbolos que le darán forma a las ideas del guionista conducen lo sensible de lo representado en primera instancia en el guion, pero reconociendo en éste su naturaleza como texto con un conjunto de significados inaccesibles.

Un ejemplo de esto es lo que explica Jacques Lacan sobre el arte en relación con la Cosa. Slavoj Žižek lo explica en un ensayo referido sobre la Cosa venida del interior en el cine del director y guionista Andrei Tarkovski. Para el filósofo esloveno, el arte lacaniano se estructura siempre alrededor del vacío central de la cosa imposible o traumática. Es el caso, dice Žižek (2013: 113), del monstruo tipo Alien en las películas de ciencia ficción. Se trata de una Cosa que aparece marcada como parte de nosotros mismos proyectada sobre la realidad. La intrusión de la Cosa parece traer un alivio, cancelando el horror vacío de un infinito que carece de forma y fondo. El guionista debe entregar, al menos, bosquejos de la Cosa. El propósito de ésta debe quedar instalado en el texto primero, dando acceso a los nuevos formatos que tendrá.

Es esa inaccesibilidad la que el guionista-traductor debe manejar, para que el sentido de lo que imaginó se mantenga intacto. Las garantías de que las segundas representaciones serán fieles al sentido primero se encuentran en la forma como los seres humanos construimos realidad en la conciencia. Siguiendo a Cornelius Castoriadis, imaginar la sociedad implica crearla de algún modo. Es decir, “psique y lo histórico-social son irreductibles el uno al otro” (Castoriadis, 1998: 41), lo que permite una adecuada batería de códigos interpretables. De algún modo, la creación de lo social en la psique permite que creadores y receptores de mensajes hagan uso de la universalidad en variadas formas de traducción, donde los límites están en lo imaginable. Finitos, por cierto.

Es la conciencia la que otorga esos márgenes de lo imaginable. De hecho, el problema de la conciencia es de larga data. La ausencia de una definición consensuada es la mejor prueba de que, incluso la psicología o las neurociencias presentan abismos infranqueables. Históricamente se le ha situado como algo opuesto a la objetividad. Es decir, la conciencia como hábitat de las subjetividades del alma. De cualquier modo, el habla común instala el problema de la conciencia como el lugar donde surge la capacidad de distinguir el “yo” de los “otros”. La identidad del self se manifiesta como una prueba de que estamos capacitados para desarrollar, entre otras tareas, exigencias como narradores o intérpretes de experiencias ficticias (Grau, 2017). La conciencia ayudaría a establecer límites precisos entre lo real y lo representado. Es el lugar donde las neuronas espejo permiten desarrollar capacidades imitativas y de aprendizaje de códigos secundarios al habla materna. Formatos como el cine o la televisión han sido grandes mecanismos para conseguir adaptarnos al entorno, siendo el guionista uno de los primeros narradores que debe adaptarse a través del uso de lo imaginado.

Es por ello que la tarea del guionista-traductor puede asimilarse a un viaje que no termina con su propia autoría. El guionista sabe que su trabajo es el de coautor, pero donde predomina la subjetividad. Este viaje nos muestra al guion como un dispositivo de proyecciones imaginarias que no surgen en el vacío absoluto. Es un artificio donde se objetivan situaciones, sucesos y personajes que, luego, serán representadas e interpretadas. Es un mecanismo que controla el ritmo, la duración y la puesta en escena. Para un lector de guiones, la referencia a una doctrina que lleva el nombre tan a menudo mal entendido de fenomenología, corre el riesgo de permanecer oscura. La imagen, en su simplicidad, no necesita un saber. Como la

poesía, es propiedad de una conciencia ingenua y mágica. Sin embargo, la imagen poética no es un riesgo para la traducibilidad del texto original. Al contrario, le da garantías de que la intersubjetividad se lleve a cabo en el proceso de traducción.

En el campo del guion tampoco es aplicable la tesis de lo intraducible. Según ésta, la fidelidad es la máxima que se busca en la interpretación de un texto original llevado a otra lengua. En atención de ello, no existe traición posible al convertir palabras en imágenes. No hay nada que arriesgar, puesto que lo que se traduce es la transformación del significante de un lenguaje a otro. El lenguaje audiovisual es precisamente eso: lenguaje, no lengua.

Esta idea es ya un clásico enunciado formulado en los orígenes de la semiótica del cine por Christian Metz, para quien el cine no es una lengua porque contraviene a tres características importantes del hecho lingüístico. La más importante es que “la imagen es siempre y en primer lugar una imagen: reproduce en toda su literalidad perceptiva el espectáculo significado del cual es significante” (Metz, 2002: 99). Ello implica que el cine y la imagen escapan a una segunda articulación, como si ocurre con el sistema de la lengua verbal, tal como lo enseñó el suizo Ferdinand de Saussure. Esto no impide que el cine no pueda decir o narrar algo, pero sin que para ello sea necesario manipular las imágenes como si fuesen palabras.

El guionista trabaja con el proceso inverso que el empleado por el semiólogo de las imágenes, para quien van dirigidos los ensayos de Metz. Aquél (el guionista) sabe de antemano que su creación lingüística debe convertirse tarde o temprano en imágenes, sonidos y movimiento (o viñetas, como en el cómic). Para eso, facilita en su concepción, la traducción posible y una identidad de sentido demostrable, no equívoca, para su correcta ejecución. Se observa, necesariamente, en todo guionista auténtico el deseo de traducir, y que va más allá de la mera imposición o utilidad. Es la esencia de su escritura. Desechada una vez que se traduce en otra cosa. Escribe para que otro traduzca su creación. Es decir, es un traductor que no traduce, sino que deja traducir. Usando una técnica inversa, se opone a la tesis de lo intraducible. Los recortes serían, más bien, elementos necesarios que permiten adaptar el contenido de mensajes de un sistema gramatical a otro, cada uno con sus propios códigos y reglas.

En la teoría del guion, puesto que la traducción existe, es necesario que sea posible. Hay, sin embargo, posiciones opuestas al respecto. La historia del cine se ha cargado de entregarnos a dos figuras: Andréi Tarkovski y Raúl Ruiz. Ambos, además de directores, fueron connotados guionistas, pero para sí mismos.

Para el cineasta ruso, la traducción sería imposible si están separadas las funciones de director y guionista. “Si queremos -dice él- que el guion se pegue a la película, lo escribiremos tal como se vaya a filmar, es decir, plasmaremos con palabras lo que queremos ver en la pantalla. Se trataría del típico guion ilegible” (Tarkovski, 2017: 83). Ello, porque con frecuencia la escritura de guiones se aleja bastante a su representación cinematográfica. La máxima es la siguiente: no se puede transcribir la imagen fílica con palabras. Es la razón por la que Tarkovski no podía filmar guiones de otros. Algunos dirán... pésimo traductor. Yo diría, más bien una obsesión por la fidelidad, de pensar el cine del principio a fin. Es lo propio del cine de autor.

En una línea similar, el Raúl Ruiz se esmeraría en no trabajar con el guion detallado. Más bien, lo escribía para no someterse a éste. El realizador chileno más destacado en cine diría más de una vez que la poética del cine consistía en diseñar el enigma (la película secreta), que posteriormente debía desentrañar el espectador (Ruiz, 2013). Con ese propósito, Ruiz iniciaba con el guion un viaje en el que la construcción de relatos se alejaba del diseño original, por lo cual su labor de traducción se llevaba a cabo en el mismo proceso de filmación y finalizaba en la sala de montaje. “Con dicha metodología Ruiz va más allá, al filmar todo lo que está fuera del guion, tal como trabajan los músicos orientales, que tienen una partitura, para

luego tocar todo, menos la propia partitura. Toda una desacralización del guion” (Dittus, 2017: 197). En ambos casos, Ruiz y Tarkovski, se aprecia una concepción particular del trabajo con el texto primero, pues en la práctica no existiría texto segundo. No habría traducción. El trabajo de ambos siempre fue pensado para sí. Los vacíos eran asumidos como una decisión política o estética.

### *La ley de la traductibilidad*

En la práctica, las exigencias de traductibilidad son hoy día una ley. La especialización de las tareas en la creación, desarrollo, diseño y publicación de textos audiovisuales requiere de escritores que nutran de relatos o conceptos a equipos en los que el texto primero es parte del puntapié inicial para el “arte de contar historias”, alejadas de la clásica figura del “narrador”, bosquejado magistralmente por Benjamin (2008) en el ensayo del mismo nombre. En este nuevo trabajo en equipo, el deseo de perfección con el original, no tienen cabida. La traducción primera (la del mismo guionista) y la posterior son requisito de subsistencia.

Fijémonos en el cómic. Es un arte que combina en un mismo espacio palabra y dibujo (Vilches, 2016), con todas las excepciones posibles para esta regla (podría el dibujo no tener palabras, pero de igual forma fue ideado a partir de una descripción verbal de la viñeta). Es un ejemplo de que la alianza es posible. Por un lado, el buen contador de historias y creador de personajes, pero con pocas o nulas habilidades para el dibujo. Por otro, el dibujante, ilustrador o coloreador, pero con habilidades argumentales en desuso. También los hay quienes relatan y dibujan, pero más de alguna vez el dibujante deberá mostrar la historia de otro. En cualquier caso, tenemos un escritor con la capacidad para pensar en imágenes. Pues de eso se trata. Pensar en imágenes. Dejar que esas descripciones y diálogos sean puestas en un croquis por otro. La historia concebida sólo estará completa una vez que esté dibujada. La traductibilidad es requisito. De otro modo, requeriríamos sólo de narradores-dibujantes. No siempre los hay, o al menos en abundancia.

Alejándonos del ensayo de Benjamin, donde sacraliza la creación poética, se descarta el deseo de perfección. El guionista tiene la imperiosa labor de integrar elementos para una composición que se debate entre el texto sagrado y el profano. Sagrado, porque expresa un argumento filosófico o moral universal. Profano, porque confecciona una historia que es de uno y es de todos al mismo tiempo, y porque no cierra la posibilidad a futuras nuevas traducciones, bajo la premisa de que “siempre se puede decir lo mismo de otra manera”. Es decir, se observa la doble dimensión de autor y traductor del guionista, quien siempre está preparado para traducir lo intraducible.

El guionista no deja nada oculto. Abre el secreto y devela el misterio, para que no quepa duda de que el sentido es tal o cual. Comunica lo poético del texto. Lo deja en la superficie del tejido. Lo indecible, lo incommunicable es contradictorio con la esencia misma de la tarea del guion, ya sea éste sólo un acotado texto o un detallado conjunto de instrucciones sobre dichos, movimientos, espacios y personajes. Lo esencial del texto primero es lo que precisamente el guion nunca incluirá (Balázs, 2013), ya que ello no puede ser explicado con palabras. Su destino es y será siempre el texto segundo. El guionista se aleja de aquello que Marcel Detienne explica en Comparar lo incomparable. La tesis es clara: “sólo se puede comparar lo comparable” (2001: 45). Es la extranjería absoluta la que impediría comparar dos textos equivalentes, situación que no se logra en el guion, dado su rol como texto efímero (destinado a desaparecer tras la concreción del texto segundo), y, por lo tanto, sin equivalencia con el segundo.

La teoría de la traducción aplicada al guion serviría para poner de relieve la relación íntima que guardan dos lenguajes entre sí: la palabra y la imagen, asumiendo -eso sí- que estos guardan diferencias sustantivas. Sin embargo, también

sirve para constatar que la tesis de la exactitud y el parentesco alimentan el fantasma de la intraductibilidad, pues esta deja de lado el sentido y se enfoca en el calco. En palabras de Benjamin: “Si es cierto que en la traducción se hace patente el parentesco de los idiomas, conviene añadir que no guarda relación alguna con la vaga semejanza que existe entre la copia y el original. De esto se infiere que el parentesco no implica forzosamente la semejanza” (Benjamin, 1971: 133).

En efecto, lengua e imagen pueden expresar el mismo sentido, pero ello no significa que sean lenguajes o formas idénticos. De hecho, los efectos en el público serán notorios. En esa diferencia descansa la universalidad del lenguaje cinematográfico, separada de la lógica racional y lineal de la cultura hablada, escrita e impresa. El texto impreso ha sido el mejor propagador de la estructura de la lengua y del racionalismo cartesiano. El guion sigue los caminos de ese orden lógico, secuencial y kantiano. Sus palabras y frases ordenan la imagen poética del creador, caóticamente concebidas. Como dice Jean Epstein (2014), refiriéndose al texto impreso, de ese mecanismo esencialmente deductivo solo puede surgir un tejido cargado de deducciones.

Ello no significa que el film como texto segundo no pueda escapar a ese marcado racionalismo, pero su naturaleza inexacta y artística lo libera de pesadas cargas impuestas por el texto primero. Y es que la imagen cinematográfica se presta mal a la esquematización. Se aleja de una arquitectura rigurosa o predecible. Es instintivo, romántico y evocador. Pero el film es, al mismo tiempo, prueba o evidencia. Difícilmente deduce. El cine es psíquico. Sus salas son “laboratorios mentales en los que se concreta un psiquismo colectivo a partir de un haz luminoso” (Morin, 2001: 179). Se unen, por tanto, dos psiquismos: el de la película y el del espectador. Lo que el primer creador -el guionista- escribe, se transforma en una imagen que cobra vida según los parámetros del realizador, y se diluye en las lecturas de la audiencia. Es esa distancia interpretativa la que obliga a traducir. Es el inicio de una larga espera, donde los actores y el montaje tienen la última palabra.

Imaginemos, por ejemplo, que llega a nuestras manos la clásica escena del beso. Es un guion cinematográfico inédito escrito en nuestra lengua, el español. El texto describe en detalles la acción de los protagonistas. En esta no hay diálogo. La escena dice así:

Por fin, los enamorados tienen el tiempo para mirarse cara a cara, como en una burbuja temporal. En ese momento nada más existe para ellos. El tiempo se detiene. De hecho, el reloj mural deja de sonar (de hacer tic-tac). El espacio es uno sólo. Él acaricia el cabello de ella. Ella pone su mano en la mejilla de él. Él se deja acariciar y acerca sus labios. Ella antes de besarlo lo huele y empieza a sabotear su camisa (...).

Mientras leemos el guion, nuestra mente se abre a las posibilidades de la imaginación. En el mejor de los casos nuestra respiración de torna irregular, pues el momento nos gusta, nos excita, nos posee. La descripción, sin embargo, deja fuera detalles importantes de la escena, sobre todo para lectores obsesivos. Nada se dice sobre el color de pelo de ambos, o su estatura, tampoco si los zapatos de ella eran rojos o grises. Un experto escritor nos diría que son elementos que quedan fuera de la traducción, pues no alteran el sentido de la escena. Ambos se besan y hacen el amor como si fuera el último día de sus vidas. Nada es más importante en ese momento. No hay palabras. El resto quedará para ser interpretado por los actores, bajo la dirección de primer destinatario del texto: el director. En su trabajo quedará plasmada la comprensión del sentido de la escena. El casting hará lo suyo, aunque correctamente dirigidos, la pareja de actores no debiera sorprender, sólo ejecutar las concordancias y llenando los vacíos. Es decir, traducir, manteniendo intacto el sentido. Podría decirse que la traducción literal, en lo que atañe a la sintaxis, impide por completo la reproducción del sentido y amenaza con desembocar directamente en la incompreensión.

Al respecto, Benjamin nos dice que: “es preferible que la traducción, en vez de identificarse con el sentido del original, reconstituya hasta en los menores detalles el pensamiento de aquél en su propio idioma, para que ambos, del mismo modo que los trozos, de la vasija, puedan reconocerse como fragmentos de un lenguaje superior (...) La verdadera traducción es transparente, no cubre el original, no le hace sombra, sino que deja caer en toda su plenitud sobre éste el lenguaje puro, como fortalecido por su mediación” (Benjamin, 1971:139).

Esto es posible porque, por importante que sea la parte de comunicación que se extraiga del guion (y que se traduzca), siempre permanecerá intangible la parte que persigue el trabajo del auténtico traductor (el realizador, el actor). Ésta no es transmisible, como sucede con la palabra del autor en el primer texto, porque la relación entre su esencia y el lenguaje es totalmente distinta en el original y en la traducción. Si, como dice Benjamin, en todas las lenguas y en sus formas, además de lo transmisible, queda algo imposible de transmitir, el guionista como primer traductor de su propia creación es consciente de que lo simbolizado es regulado por el contexto en el cual escribe. Lo no transmisible adquiere la forma de un simbolizante que toma una forma distinta según el devenir de la experiencia y biografía del segundo traductor. Por todo esto, el guion no puede ser concebido como literatura filmada o dibujada. Es un relato que le pone rostros a las cosas.

#### **Conclusión**

En el guion, ¿qué se traduce entonces? Lo que se traduce es el sentido de la ensoñación, no la palabra escrita. Se apela, por tanto, a la comprensión de la idea, no la mantención de la textura del lenguaje. Como en ambos códigos – el original y el nuevo- hay vacíos interpretativos que llenar, el traductor hace uso de ese recurso, que provoca un tercer texto que sería el portador del sentido idéntico entre el primero y el segundo. El vacío de ambos produce el milagro: se logra la traducción.

¿Se puede hablar de grados de traductibilidad en un guion? Sí. Depende de la profundidad o superficialidad que logre el sentido del texto original. Ello es determinante para el éxito de la traducción, dado que éstas envejecen, como postula Umberto Eco. Las traducciones mejoran con el tiempo. Se adecuan a necesidades interpretativas.

Un texto que se deja traducir entrega, entonces, amplias posibilidades para posteriores análisis hermenéuticos. Es un texto abierto, como el guion, que asume en su origen, la permanente posibilidad de que se le añadan nuevas y actualizadas traducciones, llevando el original a las versiones más osadas, bajo el amparo de las nuevas audiencias o recursos estéticos de los lenguajes no escritos. Quizás, se cumple la lógica de lo que formula Jorge Santiago Perednik (2012), cuando éste indica que los mejores traductores logran lo que la obra de arte: encontrar ante una imposibilidad una salida deslumbrante que no la resuelve.

La literatura depende de las posibilidades múltiples del texto, de la zona donde las palabras derrojan su significado corriente (Villoro, 2000), razón por la que el lenguaje literario garantiza que la obra pase sin pérdida a otro idioma. El guion nunca pierde. Siempre gana en actualización de sentido. Pierde en literalidad (y con ello algo queda en el camino), pues no está concebido para tanta fidelidad. Es la diferencia de nacer para morir como texto, pues deja vivir el núcleo en el tejido de otro lenguaje. Siguiendo a Benjamin, la traducción no corresponde a la vida del original, pues el original ya está muerto, sino que la traducción pertenece a la otra vida del original, confirmando, así, la muerte de éste.

Podríamos resumir este ensayo con la fecunda tarea del guionista-traductor: develar las oscuras palabras del texto primero, quien fallece, en favor del texto segundo y de todos los que vendrán.

## CAPÍTULO 9

### **El giro lingüístico y sus efectos en la comunicación organizacional**

Se partirá de la siguiente máxima: ¡vivimos en un mundo de organizaciones!! No podemos entender el valor de lo humano sin las organizaciones. La perspectiva que presento a continuación supera la definición clásica de lo que entiendo por organización: un conjunto de individuos con metas comunes y con normas y roles institucionalizados. Es decir, que personas que cooperan para satisfacer deseos individuales y colectivos. Para ello, se analizará el ámbito organizacional desde el denominado giro lingüístico y el enfoque sistémico, corrientes derivadas de las propuestas teóricas de autores como Fernando Flores, Rafael Echeverría, Humberto Maturana, Francisco Varela, Heinz Von Foerster y Niklas Luhmann.

La vida organizacional es una vida de cooperación, y por ende, de comunicación. No son separables ambos fenómenos: la organización no se entiende sin la comunicación, y viceversa. La comunicación y organización están totalmente ligadas. La organización permite o no la comunicación.

De este modo, la realidad de las organizaciones es una compleja suma de espacios simbólicos comunes al entorno psíquico, donde se crean nuevos significados entre y para los miembros de dicho entorno. No es un conjunto de artefactos o roles institucionalizados. Se trata de una red de conversaciones (Flores, 1994a). En definitiva, una red de comunicación (o de códigos comunicables) que se autoconstituye dejando a los individuos como parte de su entorno. La organización tiene una presencia psíquica.

Los efectos de esta concepción generan, de paso, una nueva manera de intervenir en el funcionamiento organizacional con el objetivo de mantener su viabilidad.

#### **La conversación: fenómeno clave en las organizaciones**

Desde la ontología lingüística se ha afirmado que somos seres en el lenguaje y no fuera de él. Sin el lenguaje no tendríamos conciencia de nuestra identidad como seres humanos y algo mucho peor, sólo viviríamos pegados a una realidad temporal y coyuntural. Sin él no podríamos desarrollar las emociones. La ira, la envidia, los celos o el sufrimiento dan explicación –y existencia- a percepciones biológicas categorizadas desde el lenguaje. En palabras de Humberto Maturana (2002), la realidad existe porque la empalabramos. Los seres humanos habitamos en el lenguaje.

Esta concepción del lenguaje como instrumento generativo es clave para entender la manera de comprender las organizaciones, ya que ésta como cualquier otro fenómeno social sólo existe porque ocupa un lugar en el lenguaje. Esta perspectiva nos entrega un panorama que podría considerarse desolador, pues se entiende al ser humano como un habitante exclusivo de un mundo lingüístico, sin embargo, es precisamente esta característica la que hace posible modificar la realidad social. De lo contrario estaríamos determinados por una realidad estática. Sólo con y a través del lenguaje el ser humano es verdaderamente libre. A través del lenguaje nos liberamos de las ataduras que nos impone la biología.

Pondremos como punto de partida la siguiente tesis formulada por Fernando Flores (1994a): la organización no es un conjunto de individuos sino una red de conversaciones. Lo que constituye la empresa no son seres humanos, sino redes de conversaciones. Es decir, las organizaciones son redes de compromisos lingüísticos, redes de actos del habla. Esta postura se sustenta en la conversación como "la unidad mínima de interacción social orientada hacia la ejecución con éxito de acciones" (Flores, 1994b, p. 24). De este modo, la conversación se convierte en un fenómeno clave en las organizaciones, partiendo de la base que el lenguaje es invención y constitución de realidad. El énfasis del concepto está centrado en la comunicación para la acción. Es decir, lo que crea una organización es una red de conversaciones que quiere ver resultados concretos en el ámbito de los negocios, de la educación, del tiempo libre, de las finanzas o de la política.

No se entiende el lenguaje como herramienta descriptiva, sino como una práctica articuladora. El lenguaje como constructor de realidad y como forma en que la historia se manifiesta. Nada ocurre dentro de la organización sin el lenguaje. Las empresas constituyen un claro ejemplo de poder del lenguaje, del poder de las conversaciones. Sin lenguaje no podríamos construir organizaciones. A través de él, los individuos se transforman en miembros del entorno psíquico de la organización. La piensan desde allí.

Rafael Echeverría (1995) entrega cuatro razones por las que las conversaciones integran a sus miembros individuales de una organización en una unidad particular:

Primero; los límites de una organización son lingüísticos. Quien pertenece a la organización y quien no se decide mediante una declaración. La línea que divide el sistema con su entorno es trazada por el lenguaje. "Los individuos se unen a una organización y la dejan. Cuando se unen a ella lo hacen porque han sido contratados, y esto ocurre por declaración. Cuando la dejan, es porque renuncian o son despedidos, lo que también ocurre por declaración" (Echeverría, 1995, p. 247).

Segundo; la estructura de una organización está construida como una red de promesas mutuas. Hay compromisos que unen a las personas con la organización y éstas a su vez dependen de esos compromisos para su funcionamiento. Y las promesas resultan de conversaciones.

Tercero; una organización es más que una red de individuos autónomos, ligados por una manifestación de pertenencia. Hay un trasfondo compartido. Cada persona sabe qué hacer en la organización. Al producir un trasfondo compartido, los miembros de una organización generan condiciones sinérgicas al interior de ésta. Lo anterior es posible sólo a través de las prácticas comunicativas cotidianas.

Cuarto; las organizaciones desarrollan condiciones sinérgicas al circunscribir las acciones de sus miembros en una visión compartida. Se legitima el sentido de pertenencia y la identidad de la organización. Así, la identidad personal de la gente se entremezcla con la identidad de la empresa. Se construye un futuro compartido a partir del cual los miembros ejecutan sus acciones desde una base consensual (compartiendo, además inquietudes y aspiraciones comunes).

Todo esto ocurre en conversaciones. Nada ocurre en la organización sin el lenguaje: hablar y escuchar. Sin comunicación, no hay organización. "Si queremos comprender una empresa debemos examinar las conversaciones que la constituyeron en el pasado y las que la constituyen en la actualidad" (Echeverría, 1995, p. 249).

Lo que hace a un ser humano ser "humano" es su capacidad de participar en las prácticas lingüísticas universales, es decir, como creación y objeto creador de imaginarios sociales. Los actos de habla son, para Flores, expresiones lingüísticas universales, por ejemplo, el caso de pedir algo a alguien: es un hecho universal de

que podemos hacer cosas juntos. De ahí, entonces que, "cuando hablamos de globalización, estamos hablando primero de esta capacidad universal de hacer actos de habla y segundo, que esta capacidad histórica, que es diferente a la universal, se ha ido universalizando".

Las organizaciones, entendidas como fenómenos lingüísticos, generan una identidad en el mundo que trasciende a algunas personas. De este modo, las organizaciones son entes colectivos más amplios que tienen una presencia psíquica. "Las empresas pueden existir cincuenta, cien o más años. Todos sus miembros individuales pueden cambiar, pero la empresa puede seguir siendo la misma entidad (...) Por muy importante que sea el papel que desempeñe un individuo en la empresa, su identidad es siempre diferente de la identidad de la empresa" (Flores, 1994b).

La mente (o conciencia) de la organización no es la suma de las mentes individuales de sus miembros, sino que es el conjunto de prácticas de la organización. Los miembros se encuentran, de este modo, fuera de las organizaciones; en su entorno. Lo que ocurre es que tenemos presencia psíquica en su interior, cuando pensamos en ellas, pensamos en nosotros.

#### La organización como red de compromisos

La organización y la empresa son redes de conversaciones, pero conversaciones que tienen como contenido compromisos. Producen condiciones de satisfacción y temporalidades. No es un objeto estático. Los compromisos humanos son la base de las organizaciones, no la noción de burocracia funcional o de información, entendiéndola a ésta como un conjunto de datos útiles.

Las empresas son formas sociales de redes de compromisos en las que el hombre encuentra su significado histórico, creando relaciones con otros y con él mismo; en otra perspectiva (Flores, 1995, p. 29).

Lo anterior es especialmente difícil de comprender, pues hemos sido influenciados por el pensamiento racionalista: pertenecemos a una forma de ser histórica en la cual hemos crecido y hemos sido socializados. Esta noción (o nuevo paradigma) de ver las organizaciones permite mantener una visión de estructura como algo cambiante y sujeto a las prácticas comunicantes, dejando atrás los conceptos de verdad en este plano como algo absoluto. Se impone la interpretación - perspectiva hermenéutica aplicada al conocimiento organizacional- como la máxima instancia de resolución de conflictos y toma de decisiones.

Se postula, entonces, un cambio ontológico, un cambio de estilo en las relaciones humanas al interior de las organizaciones. Según Fernando Flores, se requiere elaborar una teoría de las estructuras de comunicación y de la organización como base en los negocios.

La tesis de Flores revoluciona, de paso, la forma de entender el rol del ordenador. "Es un error decir que la función del computador es procesar información pues existe, además, como un nodo en las prácticas que tienen que ver con la transformación del mundo a través de las redes de compromisos entre personas" (Flores, 1994b, p. 25). El computador aparece como un coordinador de relaciones y prácticas comunicativas. Es un instrumento que crea y es comunicación al mismo tiempo. El medio es el mensaje, diría McLuhan.

De esta forma, como dice Flores, el diseño de las herramientas y la capacidad cognitiva de la empresa están muy conectadas.

### Las organizaciones como sistemas autopoieticos

Desde la perspectiva de Niklas Luhmann, las organizaciones son considerados sistemas autopoieticos. Debemos recordar que el término autopoiesis fue acuñado por los biólogos chilenos Humberto Maturana y Francisco Varela e indica la existencia de sistemas que tiene la propiedad de autoproducirse con sus propias operaciones y elementos. Se trata de un novedoso aporte que explica la diferencia que tienen los organismos vivos con el resto de los sistemas existentes en el medio natural. La noción de autopoiesis sirve para describir un fenómeno circular presente en los seres vivos: las moléculas orgánicas forman redes de reacciones que producen a las mismas moléculas de las que están integradas. Los seres vivos, entonces, quedan definidos como aquellos cuya característica es que se producen a sí mismos, lo que indica al designar al sistema que los define como organización autopoietica. La característica más peculiar de un sistema autopoietico es que se levanta por sus propios cordones y se constituye como distinto del medio circundante a través de su propia dinámica, de tal manera que ambas cosas son inseparables (Maturana, 2002).

Debemos recordar los principales postulados de Luhmann a la teoría de la sociedad (Luhmann, 1997):

Primero; el individuo participa en la sociedad, pero no se le puede ubicar como principio explicativo del orden social. Un análisis del individuo se agota en él y no aporta conclusiones generalizadoras. Lo social no puede reducirse a lo orgánico ni a lo psíquico, aun cuando necesite de organismos y conciencias para poder existir.

Segundo; la explicación de lo social debe hacerse al aislar la comunicación. Sólo la comunicación otorga un orden y sentido. Por lo tanto, Luhmann no entiende a la comunicación como el simple traspaso de contenidos de un lugar a otro, sino como la creación intersubjetiva de sentido que delimita un sistema social.

Tercero; la comunicación es el único elemento que participa en la red de su propia producción. Es un sistema autoproducido (autopoietico). Sólo a esta red cerrada de comunicación es posible designar con el concepto de sistema social. Fuera de esta red no existe comunicación.

Cuarto; la sociedad se entiende, entonces, como un sistema de comunicaciones. Se trata de una operación que se establece exclusivamente dentro del sistema clausurado. Ello explica por qué para Luhmann, la sociedad también es un sistema autopoietico.

La base teórica que aporta la reflexión luhmanniana ayuda a redefinir el concepto de organización. Así, ésta actúa como un sistema autopoietico que produce sus propios componentes. Las organizaciones se autoproveen de formas y autorregulan sus operaciones por medio de decisiones. Las organizaciones operan en clausura operacional y determinismo estructural, pues los modos de proceder para tomar decisiones se toman desde sí mismas, incluido su visión del entorno. Las organizaciones son sistemas sociales complejos con capacidad para autoproducir sus propios elementos. Son sistemas autopoieticos.

Las organizaciones definen sus propios límites a través de la comunicación. Actúan desprendidas de los condicionamientos del entorno. Surgen sus propios imaginarios y desde allí actúa su red autorreferencial. Las decisiones (red de conversaciones) en una organización marcan la diferencia de complejidad con sus entornos. Se encuentran en la organización misma, no forma parte del entorno. Sin red de conversaciones no hay organización.

### Las organizaciones se constituyen y reproducen mediante decisiones

La realidad social no determinaría, entonces, el conocimiento que suge al interior de una organización. De otro modo, no habría autopoiesis. Lo que ocurre es que el conocimiento organizacional se encuentra acoplado de manera flexible al entorno (o no existiría). La realidad social -externa a la organización- sirve como medio flexible y abierto para que el conocimiento se configure según la propia idea de orden y/o beneficios de que dispone la organización. Lo que la organización no observa no puede ser incluido como parte de ella. No existe para la organización. No es parte de su conocimiento observado.

La autopoiesis determina la viabilidad de una organización. Por lo tanto, no es la adaptación al entorno lo que debe estudiarse o reforzarse por las recetas organizacionales. Pero ello no impide que, al mismo tiempo, busquen información de su entorno para mantener sus viabilidades o posibilidades de existencia.

Las personas, en su dimensión bio-psíquica, son parte del entorno de cada organización, no son sus componentes, así como el lenguaje no está compuesto por cuerdas vocales ni por ningún órgano del aparato fonatorio (Arnold, 2001, p.147). Las relaciones entre los individuos y las organizaciones ocurren por acoplamiento estructural y se lleva a cabo en los desempeños de los puestos de trabajo. Esa relación, como podrá comprenderse es psíquica, pues no debe considerarse el trabajo físico o intelectual del individuo. Se trata, más bien, de acciones que apuntan a un comportamiento de la organización como sistema. Es otro ejemplo de cómo operan las redes de conversaciones como constitutivas de la organización.

Las decisiones en una organización son una condición para el desarrollo de la cultura organizacional. Las organizaciones subsisten mientras ocurran decisiones que les permitan seguir decidiendo. La capacidad de decidir sostiene la unidad organizacional.

Las decisiones siempre generan nuevas decisiones. Actúa como una red autopoietica. Se sostiene y sustenta independiente de su entorno. Las decisiones se descomponen en otras decisiones. Estas decisiones se transformen en una red que sustenta la organización: allí están las decisiones precedentes, simultáneas o consecuentes. A través de estas decisiones, la red de conversaciones y las promesas se define la identidad de la organización.

Los límites entre el sistema organizacional y su entorno los define la propia organización en términos decisionales. Esas decisiones, a su vez, se determinan por los imaginarios organizacionales existentes. Las organizaciones actúan como un mundo para sí mismas, con sus propias redes comunicantes e imaginarios sociales.

Esta red de decisiones que actúa autopoieticamente convierte a la organización en un fenómeno político, pues crean realidad y están definidas por el sistema social más amplio que las contiene, y que a su vez está determinado por aquellas.

Una organización es un lugar donde se producen conversaciones. Las conversaciones son fenómenos sociales en los cuales se realiza el trabajo, esto es, se toman acciones, se hacen juicios y se abren y cierran posibilidades. No obstante, las conversaciones tendrán lugar con o sin organizaciones (...) Al decidir quién trabaja en qué oficina, estamos haciendo declaraciones políticas sobre las clases de conversaciones que serán posibles o imposibles en la organización" (...) El diseño y la disposición de las salas de reunión, antesalas, pasillos, mobiliario de oficina e instalaciones comunes (tales como las salas de descanso, áreas de estacionamiento) determinan el diseño político de las organizaciones (Flores, 1994b, p.53-56).

### Los imaginarios delimitan los límites de las conversaciones organizacionales

El trasfondo de los miembros del entorno de una organización está determinado por imaginarios sociales pre-existentes. Así, la organización se logra cuando los individuos que la piensan a través de la red de conversaciones han adoptado esos imaginarios sociales pre-existentes, haciéndolos suyos o cuando las acciones derivadas de esos imaginarios se asumen como propias. De esa manera, el imaginario social adquiere la categoría de organizacional o de segundo orden, pues incorpora interpretaciones propias de esa red de conversaciones. Esta red genera, además, nuevos imaginarios de segundo orden, pues se trata conversaciones emanadas de seres lingüísticos que asumen a partir de compromisos mutuos una forma de organización. Los nuevos imaginarios emergen solamente a partir de esos compromisos adquiridos. Como se puede apreciar, esos imaginarios no son primitivos –no han surgido de la nada al interior de la organización– son generados a partir del amplio abanico de imaginarios sociales pre-existentes que hemos heredados como seres sociales sin posibilidad extra-cultural.

El ejemplo más claro de cómo en una organización opera su naturaleza organizacional es a nivel universitario. Lo que hacen las personas parte del entorno psíquico de una universidad es hablar, leer, escuchar. La función de esos miembros es desarrollar conversaciones. Cuando se ejerce la docencia, cuando se asignan tareas, cuando se crean responsabilidades académicas, cuando se investiga, se promueven conversaciones. La organización se crea.

Una organización es un espacio en el que se nutre una determinada cultura, un espacio en el que la gente comparte un pasado, una forma colectiva de hacer las cosas en el presente y un sentido común de dirección hacia el futuro (Echeverría, 1995, p.251).

La declaración lingüística produce la identidad y unidad de la organización. Entregan un contexto y estructura dentro de la cual se llevan a cabo las conversaciones que mantienen viva la organización. “Cada participante entiende su conversación específica como parte de la realización de este ámbito fundamental de posibilidades que identifican a la organización” (Flores, 1994b, p.59).

Esas declaraciones se sustentan en imaginarios organizacionales (puesto, cargo, tarea, trabajo, autoridad, competencia, proyecto, meta, orden, liderazgo, capacidad, modelos, confianza, etc.) que demarcan los límites y posiciones dentro de los cuales se llevan a cabo dichas conversaciones.

De este modo, se crea la identidad y unidad de la organización. Ésta se nutre de las prácticas comunicativas, y ayuda a mantener la cohesión organizacional. Orienta las conversaciones. Los imaginarios demarcan el ámbito de conversaciones y sus posteriores acciones: su dominio de posibilidades y de transformación.

Para comprender, entonces, el funcionamiento de una organización se deben identificar los imaginarios. Se trata de develar la manera como se han institucionalizado adquiriendo el efecto de un punto ciego: la organización se ve a través de ellos. Esto se produce porque el lenguaje es esencialmente connotativo. Cuando se menciona la palabra “silla” no se está haciendo referencia a una silla en particular, sino que se evoca mentalmente en el que escucha el concepto que tiene de las sillas, contando con que nos apoyamos en nociones recíprocamente compartidas respecto de ese referente particular.

Cada organización tiene una manera de connotar sus metas, sus tareas y su trabajo. Es decir, construye imaginarios que le pertenecen y definen su identidad. Se transforman en imaginarios de segundo orden, o propios de cada organización. La connotación que tiene el imaginario “compromiso” en General Motors es de seguro muy distinto al “compromiso” adquirido por los miembros de la Universidad de

Concepción. Al comparar ambos ejemplos, se constata que estamos ante imaginarios diferentes, que connotan para cada organización sistemas configuradores de sentido diferentes.

Por lo tanto, el principal error al tratar de comprender las falencias de productividad o viabilidad de una organización es utilizar un parámetro estándar de lo que se entiende por productividad y todos aquellos imaginarios organizacionales derivados y/o relacionados: esfuerzo, empeño, recompensa, castigo, objetivo, etc.

El hábito de operaciones y acciones organizacionales produce miopía y la gente acaba por suponer que su imaginario “prácticas de negocios” constituyen la forma normal o natural de hacer las cosas. A esto apunta uno de los aspectos más importantes de lo que debiera hacer una consultoría de empresas: demostrar que las prácticas cotidianas no son naturales, dependen de imaginarios de segundo orden y, por lo tanto, pueden ser modificadas. Lo que un consultor hace es aportar un observador más competente, una mirada distinta de la que genera la propia cultura organizacional. Los problemas por los que atraviesa una empresa deben ser examinados por medio de una observación de su estructura imaginaria y conversacional.

A juicio de Echeverría (1995, p.249), este observador diferente puede revelar aquellos puntos ciegos que no son observados desde el interior de la empresa y puede intervenir en las conversaciones que constituyen a la empresa y cambiarlas. Podríamos agregar lo siguiente: develar la forma como los imaginarios operan en el funcionamiento e identidad de la organización. Conocerlos permite comprender la organización.

Para explicar mejor este punto hago más las palabras de Heinz Von Foerster a propósito del aspecto connotativo del lenguaje y la explicación de la realidad. “Al referirnos a nosotros mismos hablamos de seres humanos. Como somos seres humanos que somos y no que devenimos, nada puede sucedernos. Ahora los invito a renunciar a esta autocomplacencia de ser seres humanos y a emprender la aventura de convertirse en devenires humanos (...) La cuestión es, entonces, ¿cómo podemos observarnos a nosotros mismos? La única manera de vernos a nosotros mismos que puedo sugerirles es verse a través de los ojos de los demás” (Heinz Von Foerster, 1994).

No vemos imaginarios sociales dentro de las organizaciones, vemos a la organización a través de ellos. Los imaginarios funcionan como puntos ciegos, como anteojos que mejoran la visión, haciendo posible la realidad y los sistemas que la constituyen. El imaginario social es mucho más que un conjunto de imágenes que se articulan de manera individual y colectiva en nuestras conciencias, como una matriz de sentido que opera de manera inconsciente (Castoriadis, 1989). A través de esas imágenes vemos el mundo, pero lo hacemos sin observar al propio imaginario. Es la observación de primer orden.

Asimismo, las organizaciones orientan la creación lingüística de la realidad. Desde las organizaciones se confeccionan los diseños estructurales de una red más amplia de imaginarios que sustentan el resto de las organizaciones y la sociedad como macro-sistema. Por ejemplo, la solidaridad que se inculca desde diversas agrupaciones juveniles (católicas, scouts, etc.) tiene rasgos y aplicaciones muy particulares.

### Un ejemplo de imaginario organizacional

“El cargo sería considerado por la mayoría de nosotros como un elemento fundamental de la noción de una organización. Y por cargo la mayoría entiende un conjunto de deberes y responsabilidades” (Flores, 1995, p.67). Efectivamente, el cargo de administrador existe en una fábrica de calzado porque los individuos que forman

parte del entorno de dicha organización en su práctica de conversaciones asumen un compromiso lingüístico definiéndolo y dándole una existencia única y exclusiva en esa organización. Las funciones y responsabilidades de ese imaginario en particular son únicas para esa fábrica de zapados y no es igual a ninguna otra, por mucho que se le perezca. Se trata de imaginarios que se concretan en compromisos y prácticas que no son ni rígidas ni estandarizadas. Dos fábricas de zapatos son entre sí organizaciones diferentes porque se sustentan en redes de conversaciones –y de imaginarios– diferentes. El entorno psíquico encargado de darles realidad, es único y cambiante.

Ello explica por qué un mismo individuo puede asumir un mismo cargo en organizaciones diferentes y con disímiles resultados. El imaginario “cargo” en su reducción imaginaria “gerente de operaciones” tiene como ejecutor al mismo individuo en dos empresas con igual número de trabajadores y departamentos, en períodos cronológicos consecutivos. A pesar de que se trata de funciones y responsabilidades teóricamente idénticas, el individuo se enfrenta a realidades opuestas, no por el entorno físico, sino por el contexto lingüístico y conversacional. Su presencia psíquica funcionó en entornos psíquicos organizacionales diferentes.

Los imaginarios sociales determinan la estructura organizacional, la división del trabajo, las políticas de contratación del personal, la forma de castigar las faltas, entre otros aspectos.

No sabemos cómo son las cosas, sino que éstas llegan a nuestros sentidos según el entrenamiento socio-comunicativo que hemos desarrollado para observar e interpretar esa realidad. “La realidad está en los ojos del observador”, señala Humberto Maturana. Por ejemplo, el acceso que tenemos a nuestra historia está determinado por los juicios que nos hemos formado en el proceso de socialización de la identidad, los héroes patrios o lo que debe ser considerado digno de ser narrado. Y la historia me entrega conocimiento. Pero, al mismo tiempo, modifica mis percepciones de la realidad. En otras palabras, las formas de comunicación dominantes en un lugar y en una época están íntimamente ligadas con la estructura cognitiva de los individuos que la practican. Vivimos en un mundo significativo, creado por nosotros a través de las prácticas cotidianas. Alfred Schutz diría que es una realidad cotidiana que se crea intersubjetivamente. Así, el sentido no está predefinido, sino condicionado por los signos dominantes de una cultura.

El conocer no es reflejo sino creación de realidad. El conocimiento es una práctica y está enraizada en una historia biológica y cultural. Sólo pensamos y hacemos aquello que es compatible con nuestras estructuras imaginarias. No hay una brecha entre conocimiento y acción. El conocimiento no es contemplación u observación pasiva. Es una forma de construcción social de sentido.

En el plano organizacional esto es de especial relevancia. ¿Cómo se configura el conocimiento al interior de las organizaciones? Para este problema, pero aplicado a los sistemas vivos, Maturana propone el concepto de acoplamiento estructural: presupone que todo conocimiento (que es una operación autopoietica) opera como un sistema determinado sólo desde el interior mediante sus propias estructuras. Se excluye, entonces, el que datos existentes en el entorno puedan especificar, conforme a las estructuras internas, lo que sucede en el sistema. De este modo, el conocimiento que surge de cualquier sistema autopoietico –como una organización, según Luhmann– se encuentra determinado por la red de operaciones (de conversaciones propias en el caso de una organización), las que no tienen ninguna relación con el entorno. Estamos en presencia de una clausura operacional. Desde el entorno se crean organizaciones, pero sólo actúan previamente.

### **Intervención en la organización: la comunicación estratégica**

Es la organización la que define los criterios que hacen posible su intervención. En su red de conversaciones se producen los criterios de intervención por parte de observadores externos (u observadores de segundo orden) que no forman parte del entorno psíquico de la organización. En ella se producen las comunicaciones relevantes para sus operaciones decisionales. Los cambios en una organización están determinados por sus operaciones estructurales. Los imaginarios propios son los que van a definir aquellos aspectos de la red de comunicaciones que requieren ser modificados para mantener la viabilidad de la organización.

“La comunicación estratégica es la práctica que tiene como objetivo convertir el vínculo de las organizaciones con su entorno cultural, social y político en una relación armoniosa y positiva desde el punto de vista de sus intereses u objetivos” (Tironi & Cavallo, 2004, p.27). La función de esta práctica es proyectar la identidad de las organizaciones en una imagen que suscite confianza en su entorno relevante y adhesión en su público objetivo. La comunicación estratégica trabaja el posicionamiento de la organización, mira lo que ocurre en su entorno general: se preocupa de la dimensión identitaria de las organizaciones. Los imaginarios que definen y dan sentido a una organización (aquellos valores, objetivos, modos de ser, imágenes, simbolismos, etc.) son proyectados externamente por esta técnica llamada comunicación estratégica.

El concepto de imagen organizacional refleja en una especie de marca los aspectos imaginarios que definen a una organización. Se trata, por lo tanto, de una construcción artificiosa que un equipo de expertos trabaja para una organización. Por lo tanto, uno o más profesionales con astucia y capacidad pueden modelarla según las necesidades del entorno social.

Es necesario señalar, eso sí, que la comunicación estratégica no consiste en un mero problema de construcción de imagen parcial, desapegada de su verdadera identidad imaginaria. Toda imagen se sostiene en una identidad, por lo tanto, lo correcto será gestionar dinámicamente ambas dimensiones. No se puede trabajar sólo la imagen si esta no coincide con la identidad que define la organización.

Tener una imagen es elaborar una percepción mental. Se trata de una representación que se sustenta en imaginarios sociales que la preceden. La imagen es la representación mental de una organización que tiene la capacidad de condicionar y determinar, incluso, las actitudes del entorno social en relación con esta empresa (Costa, 1999, p.20). “La imagen es un concepto de recepción. Es decir, indica la forma en que la organización es percibida por su entorno o sus audiencias (...) Una organización nunca puede sentirse dueña de su imagen, ni a tener un perfecto control sobre ella. La imagen evoluciona en las mentes de las personas con relativa autonomía de la entidad que la proyecta”, dicen Tironi y Cavallo (2004, p.69).

Podríamos precisar por nuestra parte que esa imagen determina la organización y siempre está en un nivel psíquico. Es la esencia de una organización, su existencia es cien por ciento mental. Eso explica por qué la imagen percibida no es nunca idéntica a la que se quiere proyectar. Se trata de una imagen que se sustenta en una identidad creada intersubjetivamente, por lo tanto, todos los miembros del entorno de la organización ayudan a crear y mantener.

Etimológicamente, la identidad puede expresarse como la suma del propio ser (lo que existe) y su forma, auto expresada en los rasgos particulares que diferencian a un ser de todos los demás. Es el conjunto de imaginarios que permiten a la organización “verse a sí misma”. Así, la identidad se forja de modo gradual y se mantiene a través de las mismas prácticas y operaciones comunicativas. Está presente en el entorno psíquico de la organización y se expresa en su historia, hábitos, costumbres, infraestructura, cargos, etc. Todo esto recibe el nombre de

cultura organizacional: allí se vive y se genera la identidad de una organización. Lo anterior explica la dificultad que deben enfrentar los intentos de renovación de identidad en aras de mejorar la imagen de una organización.

La cultura interna de las instituciones es un monstruo silencioso, pero poderoso y con mil cabezas, que puede devorar cualquier intento de innovación identitaria si no alcanza una convicción real y profunda (...) La identidad, como la imagen, es una dimensión muy poco flexible, resistente al cambio... (Tironi & Cavallo, 2004, p.71).

#### A modo de conclusión

La perspectiva presentada en estas páginas describe el establecimiento de un nuevo paradigma en el ámbito organizacional. Se ha entendido en los últimos años que es imposible comprender el funcionamiento de una organización si no se toma en cuenta su realidad comunicativa, ya que son las prácticas lingüísticas de las personas las que definen su identidad. La observación de segundo orden no debe quedarse sólo en los aspectos formales de la organización (estatutos, reglamentos, organigrama, etc.) sino considerar aquello que es invisible ante los ojos de los individuos: los imaginarios que la sostienen y que le dan existencia psíquica. No hay que olvidar que un observador de segundo orden pone atención desde dónde y cómo el observador de primer orden captura la realidad significativa.

La comprensión de la semiosis organizacional depende de que el analista utilice los mecanismos de lectura adecuados complementando técnicas que van desde la semiótica hasta la teoría sistémica, accediendo -de ese modo- a la estructura y dinámicas organizacionales como algo mucho más complejo que una mera suma de individuos que interactúan. Es, precisamente, dicha interacción lingüística la que le da existencia a la organización.

#### Referencias bibliográficas

##### CAPÍTULO 1

- Angenot, M. (1998). *Interdiscursividades. De hegemonías y disidencias*. Córdoba: Ediciones Universidad Nacional de Córdoba.
- Baeza, M. A. (2003). *Imaginarios Sociales. Apuntes para la discusión teórica y metodológica*. Concepción: Ediciones Universidad de Concepción.
- Castoriadis, C. (1986). *La institución imaginaria de la sociedad*. Barcelona: Tusquets, 1986.
- Castoriadis, C. (1998). *Hecho y por hacer. Pensar la imaginación*. Buenos Aires: EUDEBA.
- Castoriadis, C. (2002). *Sujeto y verdad en el mundo histórico-social. La creación humana I*. Buenos Aires: Fondo de Cultura Económica.
- Castoriadis, C. (2006). *Una sociedad a la deriva. Entrevistas y debates (1974-1997)*. Buenos Aires: Katz.
- Cabrera, D. (2003). *Lo tecnológico y lo imaginario*. Buenos Aires: Biblos.
- Dittus, R. (2008). *Cartografía de los estudios mediales en Chile*. Concepción: Ediciones UCSC.
- Gómez, P. A. (2001). *Imaginarios sociales y análisis semiótico. Una aproximación a la construcción narrativa de la realidad*. *Revista Cuadernos*, 17: 195-209.
- Ibáñez, J. (1985). *Del algoritmo al sujeto. Perspectivas de la investigación social*. Madrid: Alianza.
- Maturana, H. y F. Varela. (1984). *El árbol del conocimiento*. Santiago de Chile: Universitaria.
- Pintos, J.L. (2005). *Comunicación, construcción de realidad e imaginarios sociales. Utopía y praxis latinoamericana*, 10: 37-65.
- Sarlo, B. (2000). *Siete ensayos sobre Walter Benjamin*. Buenos Aires: Fondo de Cultura Económica.
- Verón, E. (1978). *Discurso, poder, poder del discurso*. En *Anais do primeiro coloquio de semiótica*. Pontificia Universidade Católica de Rio de Janeiro.
- Verón, E. (1997). *Semiosis de lo ideológico y del poder. La mediatización (Cursos y conferencias)*. Buenos Aires: Universidad de Buenos Aires.
- Verón, E. (2004). *La semiosis social*. Barcelona: Gedisa.

##### CAPÍTULO 2

- Bachelard, G. (1972). *El aire y los sueños*. México: Fondo de Cultura Económica.
- Baeza, M. (2000). *Los caminos invisibles de la realidad social. Ensayo de sociología profunda sobre los imaginarios sociales*. Santiago: RIL Editores.
- Baeza, M. (2003). *Imaginarios sociales. Apuntes para la discusión teórica y metodológica*. Concepción: Editorial Universidad de Concepción. Serie monografías.



- Berger, P. y Luckmann, T. (1999). *La construcción social de la realidad*. Buenos Aires: Amorrortu.
- Blumer, H. (1982). *El Interaccionismo simbólico*. Barcelona: Hora.
- Castoriadis, C. (1998). *Hecho y por hacer. Pensar la imaginación*. Buenos Aires: Editorial Universitaria de Buenos Aires.
- Castoriadis, C. (1989). *La institución imaginaria de la sociedad*. Vol. 2. *El imaginario social y la institución*. Barcelona: Tusquets.
- Goffman, E. (1997). *La presentación de la persona en la vida cotidiana*. Buenos Aires: Amorrortu.
- Husserl, E. (1962). *La filosofía como ciencia estricta*. Buenos Aires: Nova.
- Husserl, E. (1985). *Ideas relativas a una fenomenología pura y una filosofía fenomenológica*. México: Fondo de Cultura Económica.
- Maturana, H y Francisco Varela. (2002). *El árbol del conocimiento. Las bases biológicas del conocimiento humano*. Santiago: Universitaria.
- Maturana, H. (1999). *Transformación en la convivencia*. Santiago: Dolmen.
- McLuhan, M. (1998). *La galaxia gutenberg*. Barcelona: G.G. Círculo de lectores.
- Mead, G. (2001). *La naturaleza de la experiencia estética*. En *Athenea Digital*, número 0, p.4. <http://antalya.uab.es/athenea/numo/mead.htm>
- Morris, D. 1972. *El mono desnudo*. Barcelona: Plaza y Janes.
- Pintos, J. L. 1995. *Los imaginarios sociales. La nueva construcción de la realidad social*. Maliaño: Sal Terrae.
- Saussure, F. (1983). *Curso de lingüística general*. Madrid: Alianza.
- Schefflen, A. (1994). *Sistemas de la comunicación humana*. En Winkin, Yves *La nueva comunicación*. Barcelona: Kairós.
- Schutz, A. y Luckmann, T. (2001). *Las estructuras del mundo de la vida*. Buenos Aires: Amorrortu.
- Watzlawick, P. (1990). *La realidad inventada ¿cómo sabemos lo que creemos saber?* Barcelona: Gedisa.

### CAPÍTULO 3

- Altheide, D. (1985). *Media power*. Beverly Hills: Sage
- Berger, P. y Luckmann, T. (1966). *La construcción social de la realidad*. Buenos Aires: Amorrortu. 1979.
- Berrio, J. (1990). *L' opinió pública i la democràcia*. Barcelona: Pòrtic.
- Blumer, H. (1982). *El Interaccionismo simbólico*. Barcelona: Hora.
- Bourdieu, P. (1996). *La opinión pública no existe. Voces y Culturas* (10), Barcelona.
- Burr, V. (1995). *Introducción al construccionismo social*. Barcelona: Universitat Oberta de Catalunya.
- Cabruja, T. y otros (2000). *Cómo construimos el mundo: relativismo, espacios de relación y narratividad*. *Anàlisi* (25), Universitat Autònoma de Barcelona. pp. 61-94.
- Casas, M. (1999). *Análisis de los fenómenos de mediación política vistos desde el marco conceptual de la opinión pública*. *Comunicación y Sociedad* (35), Universidad de Guadalajara, pp. 45-78.

- Chuliá, E. (1989). *La opinión pública en Don Quijote de la Mancha. Una comprobación de la teoría de la espiral del silencio*. *Revista de Ciencias de la Información* (10), Universidad Complutense de Madrid. pp.33-60.
- Dader, J. (1992). *El periodista en el espacio público*. Barcelona: Bosch.
- Dader, J. (1990). *Las provincias periodísticas de la realidad*. *Comunicación y Sociedad*, 3 (1 y 2), Facultad de Ciencias de la Información, Universidad de Navarra.
- Douglas, M. (1986). *Cómo piensan las instituciones*. Madrid: Alianza.
- Edelman, M. (1988). *Constructing the political spectacle*. Chicago: University of Chicago.
- Foucault, M. (1990). *La arqueología del saber*. Madrid: Siglo XXI.
- Foucault, M. (1983). *El orden del discurso*. Barcelona: Tusquets.
- Freud, S. (1969). *Psicología de las masas y análisis del yo*. Madrid: Alianza.
- Garay, A. (2001). *Poder y subjetividad, una historia viva*. Tesis doctoral. Departament de Psicologia Social, Universitat Autònoma de Barcelona.
- Gergen, K. (1986) *Social psychology*. New York: Springer Verlag.
- Gergen, K. (1996). *Realidades y relaciones. Aproximaciones al construccionismo social*. Barcelona: Paidós.
- Gil, A. (2000). *Aproximación a una teoría de la afectividad*. Tesis doctoral. Universitat Autònoma de Barcelona.
- Habermas, J. (1982). *Historia y crítica de la opinión pública. La transformación estructural de la vida pública*. Barcelona: Gustavo Gili.
- Kapuscinski, R. (1998). *Les médias reflètent-ils la réalité du monde? Manière de Voir* (63).  
<http://www.monde-diplomatique.fr/1999/08/KAPUSCINSKI/12329>
- Le Bon, G. (1968). *La psicología de las multitudes*. Buenos Aires: Albatros.
- Lipari, L. (1999). *Polling as ritual*. *Journal of Communication* (49), International Communication Association. Oxford University Press. pp. 83-102.
- Luhmann, N. (1989). *Complexitat social i opinió pública*. *Revista Periodística*, 1(1), Barcelona. pp. 9-21.
- Maturana, H. (1996). *La realidad ¿objetiva o construida?* Tomo I. Barcelona: Anthropos, UIA-ITESO.
- Montero, M. (1993). *La información periodística y su influencia social*. Bellaterra: Servei de Publicacions de la Universitat Autònoma de Barcelona.
- Monzón, C. (1987). *La opinión pública. Teoría, concepto y métodos*. Madrid: Tecnos.
- Moreno Sardà, A. (1986). *El arquetipo viril protagonista de la historia*. Barcelona: La Sal.
- Moreno Sardà, A. (1988). *La otra "Política" de Aristóteles. Cultura de masas y divulgación del arquetipo viril*. Barcelona: Icaria.
- Moreno Sardà, A. (1998). *La mirada informativa*. Barcelona: Bosch.
- Morey, M. (1983). *Lectura de Foucault*. Madrid: Taurus.
- Noelle-Neumann, E. (1995). *La espiral del silencio. La opinión pública: nuestra piel social*. Barcelona: Paidós.
- Noelle-Neumann, E. (1992, octubre). *La espiral del silencio. La opinión pública y el efecto de los medios de comunicación*. VII Jornadas Internacionales de Ciencias de la Información, Universidad de Navarra, Pamplona, España.

- Ortega y Gasset, J. (1989): La rebelión de las masas. Santiago de Chile: Andrés Bello.
- Price, V. (1994). La opinión pública. Esfera pública y comunicación. Barcelona: Paidós.
- Rodrigo, M. (1994). La construcción de la noticia. Barcelona: Paidós.
- Rodrigo, M. (2001). Teorías de la comunicación. Ambitos, métodos y perspectivas. Barcelona: Aldea Global.
- Saarni, C. (1993): Emotional competence: how emotions and relationships become integrated. M. New York: Guilford Press.
- Schaff, A. (1976): Historia y verdad, Barcelona: Crítica.
- Schutz, A. y Luckmann, T. (1977). Las estructuras del mundo de la vida. Buenos Aires: Amorrortu.
- Tarde, G. (1986): La opinión y la multitud. Madrid: Taurus.
- Tuchman, G. (1983): La producción de la noticia. Estudio sobre la construcción de la realidad. Barcelona: Gustavo Gili.
- Watzlawick, P. (1990). La realidad inventada ¿cómo sabemos lo que creemos saber? Barcelona: Gedisa.
- Watzlawick, P. (1994). ¿Es real la realidad? Confusión, desinformación, comunicación. Barcelona: Herder.
- Wolf, M. (1994). Los efectos sociales de los media. Barcelona: Paidós.

#### CAPÍTULO 4

- Abril, G. (1997). Teoría general de la información. Datos, relatos y ritos. Madrid: Cátedra.
- Baudrillard, J. (1989). De la seducción. Madrid: Cátedra.
- Berger, P. y Luckmann, T. (1983). La construcción social de la realidad. Buenos Aires: Amorrortu.
- Borrat, H. (1997). El mito Diana: devotos, explotadores y hermeneutas. Revista Trípodas 4, Universitat Ramon Llull, Barcelona, p.125.
- Campbell, J. (1988). El poder del mito. Barcelona: Emecé.
- Campbell, J. (1997). Las máscaras de Dios. Madrid: Alianza, Madrid.
- Domenach, J. (1969). El retorno de lo trágico. Barcelona: Península.
- Eco, U. (1999). Apocalípticos e integrados ante la cultura de masas. Barcelona: Lumen.
- Eliade, M. (1979). Lo sagrado y lo profano. Barcelona: Guadarrama.
- Gergen, K. (1997). El yo saturado. Barcelona: Paidós, Barcelona.
- Lasso de la Vega, J. (Introducción), en Sófocles (1981). Tragedias. Madrid: Gredos.
- Lesky, A. (1966). La tragedia griega. Barcelona: Labor, Barcelona.
- Lipovetsky, G. (1987). La era del vacío. Barcelona: Anagrama, Barcelona.
- Lyon, D. (1994). Postmodernidad. Madrid: Alianza, Madrid.
- Mardones, J. (2000). El retorno del mito. Madrid: Síntesis.
- Murillo, M. y otros (2003). El simbolismo mítico en torno a Bin Laden a través de la prensa. En Análisi 30, Facultad de Ciencias de la Comunicación, Universidad Autónoma de Barcelona.
- May, R. (1992). La necesidad del mito. Barcelona: Paidós.

- Morin, E. (1972). Las stars. Servidumbres y mitos. Barcelona: Dopesa.

#### CAPÍTULO 5

- Barthes, R. (1999). Mitologías. México: Siglo XXI.
- Eco, U. (1999). Kant y el ornitorrinco. Barcelona: Lumen.
- Escudero, L. (1996). Malvinas: el gran relato. Barcelona: Gedisa.
- Escudero, L. (2004). La construcción del demonio en la era global. Revista Designis 6: 163-174.
- Martínez, E. (2000). La investigación en comunicación: ¿cómo analizar una noticia? El Discurso Social. Rosario: Laborde.
- Verón, E. (1985). El análisis del contrato de lectura, un nuevo método para los estudios de posicionamiento de los soportes de los media. Les Medias: Experiences, recherches actuelles, applications. París: IREP.
- Verón, E. (1987). Construir el acontecimiento. Buenos Aires: Gedisa.
- Verón, E. (1999). Esto no es un libro. Barcelona: Gedisa.
- Publicaciones de prensa diaria*
- “Con 47 detenidos terminó marcha de estudiantes secundarios”. La Nación. 27 abr. 2006:14
- “U. de Chile acusa a UC de intervencionismo”. El Mercurio. 28 abr. 2006, cuerpo C: 9
- “Gobierno suspende mesa de diálogo con secundarios y universitarios”. La Nación. 17 may. 2006:16
- “Demanda del pasaje escolar gratuito tiene un costo de \$ 166 mil millones”. La Tercera. 2 jun. 2006:6
- “La marcha de los pingüinos al estilo institutazo”. La Tercera. 28 may. 2006:14-15
- “¿Y qué pasa que la educación no mejora?”. El Mercurio. 15 may. 2006. C: 6
- “Chile es uno de los 10 países con más alumnos por profesor en el mundo”. La Tercera. 1 jun. 2006: 8
- “Los duros también lloran”. La Nación. 11-17 jun. 2006: 6 -7
- “Bachelet anuncia plan global de educación ante protestas escolares”. La Tercera. 2 jun. 2006: portada
- “Secundarios dicen que el gobierno no está “en buen pie” para exigirles nada”. La Nación. 25 may. 2006:16
- “Iglesia apoya a los estudiantes y pide debatir sobre calidad de la educación”. La Tercera. 2 jun. 2006:9
- “José Joaquín Brunner entra en debate”. La Tercera. 4 jun. 2006: 8
- “¿Y qué diablos es la LOCE?”. La Nación. 30 may. 2006: 16
- “Soltando amarras”. La Nación. 28 may. - 3 jun. 2006: 6-7
- “La sagrada enseñanza”. La Nación. 4-10 jun. 2006:10-11
- “Protestas de estudiantes secundarios”. La Tercera. 12 may. 2006: 3
- “Protestas, calidad de la educación y manejo político”. La Tercera. 29 may. 06: 3
- “Protestas estudiantiles y calidad de la educación”. La Tercera. 28 may. 2006: 3
- “Expertos coinciden en que la calidad de la educación no pasa por cambiar la LOCE”. La Tercera. 1 jun. 2006: 9

- “El plan de Bachelet y Velasco para desactivar la crisis”. La Tercera. 4 jun. 2006: 6-7
- “Encuestas 87% apoya movimiento escolar y sólo 16% aprueba manejo del gobierno”. La Tercera. 6 jun. 2006: portada
- “¿Más que disturbios y protestas?”. El Mercurio. 12 may. 2006. 1: 3
- “¿Son serias las demandas estudiantiles?”. El Mercurio. 18 may. 2006: Editorial.
- “Para poner fin a la agitación estudiantil”. El Mercurio. 26 may. 2006: Editorial.
- “Negociación sin orillas precisas”. El Mercurio. 30 may. 2006: Editorial.
- “La crisis tras el paro de los estudiantes”. El Mercurio. 27 may. 2006. 3: 5
- “Errores que pesan en gestión Zilic”. El Mercurio. 31 may. 2006: 3
- “Crisis largamente incubada”. El Mercurio. 31 may. 2006: Editorial.
- “¿A dónde apunta modificar la LOCE?”. El Mercurio. 31 may. 2006. 3: 6
- “Libertad de enseñanza en riesgo”. El Mercurio. 1 de junio de 2006, Editorial.
- “Y... ¿dónde están los padres?”. El Mercurio. 21 may. 2006. 4: 16

#### CAPÍTULO 6

- Agamben, G. (2008). *Que vol dir ser contemporani?* Barcelona: Arcadia.
- Barthes, R. (2005). *La cámara lúcida*. Buenos Aires: Paidós.
- Catalá, J. M. (1993). *La violación de la mirada. La imagen entre el ojo y el espejo*. Madrid: FUNDESCO
- Dubois, P. (1986). *El acto fotográfico. De la representación a la recepción*. Barcelona: Paidós.
- Fontcuberta, J. (2011). *El beso de judas. Fotografía y verdad*. Barcelona: Gustavo Gili.
- Foucault, M. (1977) “El juego de Michel Foucault” (entrevista). Publicado originalmente en *Ornicar*, 10, julio de 1977 (pp. 62-93).
- Foucault, M. (1984). *El juego de Michel Foucault*. En *Saber y verdad*. Madrid: La Piqueta.
- Foucault, M. (2012). *Esto no es una pipa. Ensayo sobre Magritte*. Buenos Aires: Eterna Cadencia.
- Morin, E. (2001). *El cine y el hombre imaginario*. Barcelona: Paidós.
- Sartre, J. (1960). *Sartre visita a Cuba*. La Habana: Ediciones R.
- Schaeffer, J. (1990). *La imagen precaria: del dispositivo fotográfico*. Madrid: Cátedra.
- Sontag, S. (2008). *Sobre la fotografía*. Barcelona: Random House Mondadori.

#### CAPÍTULO 7

- Dittus, Rubén (2011) *Estrategias discursivas en el cine documental chileno post-transición. La retórica visual contra “El Mercurio”*. *Revista de Cine Documental*, 4, Buenos Aires, ISSN1852-4699 [http://revista.cinedocumental.com.ar/4/articulos\_02.html]
- Dittus, R. (2012a) *El cine documental político y la noción de dispositivo: una aproximación semiótica*. Tesis doctoral, UAB. [www.tdx.cat/bitstream/10803/96378/1/rdbide1.pdf]
- Dittus, R. (2012b) *Imágenes y poder: el dispositivo en el cine documental*. *Revista de Investigaciones políticas y sociológicas*, Vol. 11, 2, Santiago de Compostela.

- Greimas, A. (1980). *Semiótica y ciencias sociales*. Madrid: Fragua.
- Greimas, A. (1987) *Semántica estructural*. Madrid: Gredos.

#### Artículos electrónicos

- “El directorio de TVN le tiene miedo a Agustín Edwards”. Entrevista a Fernando Villagrán. *The Clinic*, 26, diciembre, 2012. <http://www.theclinic.cl/2012/12/26/>
- “Museo de la memoria censura panel Por qué “El diario de Agustín” no puede exhibirse en la televisión chilena”, por Faride Zerán [http://radio.uchile.cl/noticias/198246/]
- “Académicos del ICEI condenaron censura contra profesores Zerán y Agüero”, noticia del portal del Instituto de la Comunicación e Imagen de la Universidad de Chile. [http://www.icei.uchile.cl/noticias/89161/]

#### CAPÍTULO 8

- Bachelard, G. (2000). *La poética del espacio*. Buenos Aires: Fondo de Cultura Económica.
- Balázs, B. (2013). *El hombre visible o la cultura del cine*. Buenos Aires: El cuenco de plata.
- Benjamin, W. (2012). *La tarea del traductor*, en *La obra de arte en la era de su reproductibilidad técnica y otros textos*. Buenos Aires: Godot.
- Benjamin, W. (2008). *El narrador*. Santiago: Metales Pesados.
- Berman, A. (1999) *La traduction et la lettre ou l'auberge du lointain*. París: Ed. Du Seuil, 1999.
- Castoriadis, C. (1998). *Hecho y por hacer. Pensar la imaginación*. Buenos Aires: Eudeba.
- De Man, P. (1989). *La tarea del traductor de Walter Benjamin*. *Acta poética* 9-10, (257-294). <http://dx.doi.org/10.19130/iifl.ap.1989.1-2.644>
- Detienne, M. (2001). *Comparar lo incomparable*. Barcelona: Península.
- Dittus, R. (2017). *El guionista chileno: análisis cuantitativo sobre el oficio de escribir para cine*. *Cuadernos.Info*, (41), 193-207. <https://doi.org/10.7764/cdi.41.1139>
- Durand, G. (2000). *La imaginación simbólica*. Buenos Aires: Amorrortu.
- Eco, U. (2010). *Decir casi lo mismo*. Buenos Aires: Lumen.
- Epstein, J. (2014). *El cine del diablo*. Buenos Aires: Cactus.
- Grau, M. (2017). *La mente narradora*. Barcelona: Laertes.
- Meschonnic, H. (2009). *Ética y política del traducir*. Buenos Aires: Leviatán.
- Metz, Ch. (2002). *Ensayos sobre la significación en el cine (1964-1968)*. Barcelona: Paidós.
- Morin, E. (2001). *El cine o el hombre imaginario*. Barcelona: Paidós.
- Perednik, J. (2012). *Ensayos sobre la traducción*. Buenos Aires: Descierto.
- Reyes, A. (1983). *De la traducción*, en *La experiencia literaria*, México: FCEE (130-136). <http://www.cervantesvirtual.com/nd/ark:/59851/bmcqz2w1>
- Ricoeur, P. (2005). *Sobre la traducción*. Buenos Aires: Paidós.
- Rosset, C. (2014). *Lo real y su doble. Ensayo sobre la ilusión*. Santiago: Hueders.
- Ruiz, R. (2013). *Poéticas del cine*. Santiago: Ediciones Universidad Diego Portales.

RUBÉN DITTUS

- Seger, L. (2007). El arte de la adaptación. Madrid: Rialp.
- Siles, J. (2015). La traducción como proceso creativo, en J. Fondebrider (compilador). Poetas que traduce poesía. Santiago: LOM.
- Sironi, G. (2015). El viento de la derrota. A propósito de la traducción. Calibán, vol.13, 3 (153-154). [http://www.fepal.org/revista\\_caliban\\_bivipsil/13\\_caliban\\_castp.pdf](http://www.fepal.org/revista_caliban_bivipsil/13_caliban_castp.pdf)
- Steiner, G. (2013). Después de Babel. México: Fondo de Cultura Económica.
- Tarkovski, A. (2017). Atrapad la vida. Madrid: Errata Naturae.
- Vilches, G. (2016). El guion de cómic. Madrid: Diminuta
- Villoro, J. (2000). El traductor, en Efectos personales. México: Era.
- Zizek, S. (2013). Lacrimae rerum. Barcelona: Debate.

#### CAPÍTULO 9

- Arnold-Cathalifaud, M. (2001). Las organizaciones sociales como sistemas autopoieticos. Sociedad Hoy. Departamento de Sociología, Universidad de Concepción. Nº4-5.
- Castoriadis, C. (1989). La institución imaginaria de la sociedad. Vol.2: El imaginario social y la institución. Barcelona: Tusquets.
- Costa, Joan (1999). Identidad corporativa. México: Trillas.
- Echeverría, R. (1995). Ontología del lenguaje. Santiago: Dolmen.
- Flores, F. (1994a). Inventando la empresa del siglo XXI. Santiago: Dolmen.
- \_\_\_\_ (1994b). Creando organizaciones para el futuro. Santiago: Dolmen.
- Foerster, H. (1994). Visión y conocimiento: disfunciones de segundo orden. En: Fried Schnitman, Dora (comp) Nuevos paradigmas, cultura y subjetividad. Buenos Aires: Paidós.
- Luhmann, N. (1997). Organización y decisión. Autopoiesis, acción y entendimiento comunicativo. Barcelona: Anthropos.
- Maturana, H. & Varela, F. (2002). El árbol del conocimiento. Las bases biológicas del entendimiento humano. Santiago: Editorial Universitaria.
- Tironi & Cavallo, A. (2004). Comunicación estratégica. Vivir en un mundo de señales. Santiago: Taurus.

Proof