

# textos y contextos

Revista de la Facultad de Comunicación Social  
UNIVERSIDAD CENTRAL DEL ECUADOR

## Investigación de la comunicación

Nº 9



ROSTROS DEL TIEMPO - W. Narváez

Año 5 • Quito - Ecuador

Fernando López Romero  
**Decano**

Alberto Pereira Valarezo  
**Editor**

Cristina Acosta Leiva  
**Periodista responsable**

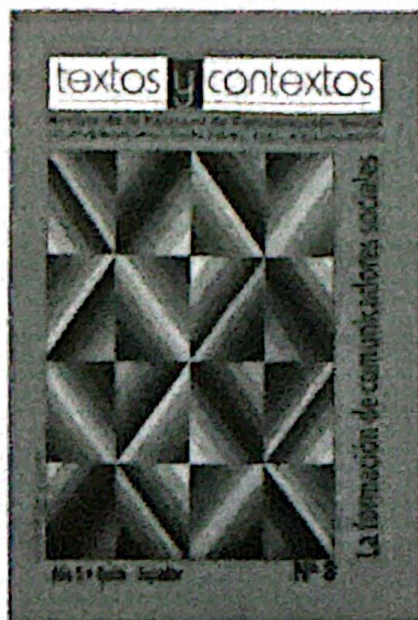
Estudiantes Facultad de Artes  
de la Universidad Central  
Técnica: Xilografía  
**Ilustraciones de interiores**

Lic. Wilson Narváz  
**Ilustración de portada**

Sonia Vega Burbano  
**Diseño y Diagramación**

René Checa P.  
**Impresión**

**Ediciones anteriores**  
**No. 8**



- No. 7** El derecho a la comunicación
- No. 6** Periodismo y literatura
- No. 5** Monopolios y medios de comunicación en el Ecuador
- No. 4** Homenaje a José Peralta
- No. 3** Frida Kahlo
- No. 2** Espectáculo y medios
- No. 1** Comunicación







# Investigación de la comunicación



Facultad de Comunicación Social  
UNIVERSIDAD CENTRAL DEL ECUADOR

Av. Bolivia s/n y Eustorgio Salgado • Telfs.: 2509088 2509089 2522170  
Fax: 2568669 • Casilla 17 01 1456 • <http://www.facsoq.edu.ec>  
Email: [decanato@facso.uce.edu.ec](mailto:decanato@facso.uce.edu.ec) • Quito - Ecuador



1945

1945

1945

1945

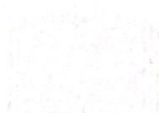
1945

1945

1945

1945

1945



# SUMARIO

Presentación .....	7
--------------------	---

## Epistemologías

● Procesos comunicacionales, recepción, educación y transmetodología .....	13
<i>Prof. Dr. Efendy Maldonado</i>	
● Apuntes sobre la Investigación de la Comunicación en Ecuador .....	31
<i>Roberto Freire</i>	
● Jirones en el alma del periodista investigador .....	39
<i>Mayra Aguirre Robayo</i>	

## Propuestas metodológicas

● La narración audiovisual .....	55
<i>Alberto Pereira Valarezo</i>	
● Una propuesta metodológica para el análisis de la noticia .....	81
<i>Alicia López Andrade</i>	
● Cine y Literatura .....	93
<i>Miguel Littin</i>	

## Observatorios y representaciones

● Observatorios y Veedurías de Medios .....	105
<i>María Soledad Segura</i>	
● Estereotipos sexuales en el arte y la publicidad .....	123
<i>Carlos Celi</i>	

## Reseñas

● Reseña del libro Transmetodología de la investigación teórica en comunicación .....	145
● Reseña del libro Claves semióticas de la televisión .....	151
● Reseña del libro La actuación de próceres y seudopróceres en la Revolución del 10 de Agosto de 1809 .....	153





# Presentación

*Tema clave de reflexión, producción y difusión académicas es el que se expone en la presente entrega de TEXTOS Y CONTEXTOS: Investigación de la Comunicación.*

*Cuatro son los apartados del volumen Nro. 9 de nuestra revista: Epistemología, propuestas metodológicas, observatorios, y dos reseñas de libros sobre la temática, más la referencia – presentación de una publicación conmemorativa.*

*En el primer apartado, el artículo de Efendy Maldonado “Procesos comunicacionales, recepción, educación y transmetodología” abre el inicial espacio de reflexión en torno de la problemática comunicacional, en el contexto regional y mundial, con especial énfasis en las dimensiones educomunicacional y transmetodológica. Le sigue una especie de diagnóstico, o estado de la situación de la Investigación de la Comunicación en Ecuador, del compañero profesor Roberto Freire, como aporte individual al de una investigación en proceso. Se cierra la sección “Jóvenes en el alma del periodista investigador”, con un artículo sobre la importancia del periodismo de investigación, donde su autora Mayra Aguirre –docente de la FACSO- destaca casos de investigaciones paradigmáticas del orbe internacional y ecuatoriano, para demostrar la pertinencia de la investigación periodística de un oficio responsable.*

*El segundo apartado lo hemos denominado Propuestas Metodológicas, pues en éste se insertan dos textos específicos de este corte, más un artículo de Miguel Littin sobre la yuxtaposición del cine y la literatura, que –sin proponérselo directamente- nos ofrece claves precisas y preciosas de cómo hacer posible un encuentro productivo entre estas dos manifestaciones estéticas, que –aunque parezca paradójico- no es*



más que "... la crónica de una infidelidad enunciada", según el cineasta chileno. Las dos propuestas metodológicas de fondo –incluidas en el apartado– guardan una estrecha relación y, además, devienen de sendas tesis, como extractos de aspectos trascendentes para la investigación de la comunicación: "La Narración audiovisual", de Alberto Pereira, y "Una propuesta metodológica para el análisis de la noticia", de Alicia López Andrade, graduanda de la Facultad, cuya capacidad y madurez expositiva nos da pautas concretas de cómo podríamos abordar e interpretar semióticamente el texto noticioso. En definitiva, un apartado en el cual la Teoría de la Enunciación es el telón de fondo que permite visualizar y adoptar estrategias metodológicas para la comprensión del papel que desempeñan, –de manera particular– los diferentes sujetos de la enunciación audiovisual y noticioso.

La tercera sección de la revista la hemos destinado para la difusión de dos ensayos de gran actualidad: "Observatorio y veedurías de medios", de la colega argentina María Soledad Segura, de la Universidad Nacional de Córdoba, y "Estereotipos sexuales en el arte y la publicidad", del compañero Carlos Celi, de la FACS. En palabras de su autora, el artículo aborda "...las condiciones de emergencia de los observatorios de medios en Latinoamérica y el problema de su legitimidad", además de evidenciar los elementos fundamentales que pueden hacer de esta práctica de democratización de la comunicación es la ocasión para debatir lo que podría ser una relación sana y constructiva entre política y comunicación. Carlos Celi, desde una perspectiva transdisciplinaria –en una primera entrega– se impone la tarea de deconstruir los principales estereotipos que las imágenes de la publicidad y del arte, en el siglo XX, amparado en la hipótesis del androcentrismo occidental que, mediante la "naturalización" de la violencia simbólica, reducen en la mujer a objeto sexual, entre otros estereotipos.

La presente entrega se cierra con sendas reseñas de dos libros, que, coincidentemente, aluden al tema central del Nro. 9 de la revista:

*“Transmetodología de la Investigación teórica en comunicación. Análisis de la vertiente de Verón en América Latina”, del compatriota –radicado en Brasil- Alberto Efendy Maldonado Gómez de la Torre, y “Claves Semióticas de la Televisión”, de Alberto Pereira Valarezo; el primero publicado por CIESPAL, y el segundo por Abya-Yala. Consta, además, una presentación-referencia a la Edición Conmemorativa del Bicentenario Independentista de Ecuador, cuya autoría corresponde a Oswaldo Albornoz Peralta; su título: La actuación de próceres y seudopróceres en la Revolución del 10 de Agosto de 1809, con el sello editorial de la FACSO-Q, y la edición de César Albornoz, docente de la Facultad.*

*Tenemos la certeza de que esta contribución editorial de Textos y Contextos de la Facultad de Comunicación Social de la Universidad Central del Ecuador, que nos place poner en circulación, será un aporte de gran significación para estudiantes y profesores de comunicación, de manera particular; pero también para estudiosos de las ciencias sociales y académicos de otras áreas, que pueden encontrar en estas reflexiones y metodologías herramientas e insumos valederos.*

*¡Buena lectura y más interrogantes!*

*Alberto Pereira Valarezo  
Editor*

*Diciembre, 2009*





# Epistemologías

2014

# Procesos comunicacionales, recepción, educación y Transmetodología

---

Prof. Dr. A. Efendy Maldonado  
Unisinos-Brasil

**C**ientífico social en el área de comunicación. Doctor (PhD) por la Universidad de São Paulo (USP-Brasil); posdoctorado por la Universidad Autónoma de Barcelona (UAB-España). Autor de referencia en el área de teorías, epistemologías y metodologías de la comunicación en Brasil y América Latina. Profesor/Investigador del Programa de Pos-Grado en Ciencias de la Comunicación, PhD y

Maestría, UNISINOS (Brasil). Miembro de la Sociedad Brasileira para el Progreso de la Ciencia (SBPC). Miembro de la Sociedad Brasileira de Estudios Interdisciplinarios en Comunicación (INTERCOM). Miembro de la Asociación Latinoamericana de Investigadores de la Comunicación (ALAIIC). Profesor invitado en universidades de América Latina y España. Profesional graduado en la FACSO.

## RESUMEN

En este texto se argumenta sobre la problemática de la *recepción comunicacional*, pensada como núcleo central articulador de los procesos socio-culturales de producción, intercambio y confluencia de sentidos. La propuesta relaciona las dimensiones educativa y comunicativa en la actual coyuntura de transformación mediática, producida por las configuraciones digitales. En términos metodológicos propone la concepción *transmetodológica* como alternativa aglutinadora de estrategias de investigación.

## PALABRAS-CLAVE

- *Recepción comunicacional*
- *Educomunicación*
- *Transmetodología*.

## La comunicación multidimensional y multicontextual

La presencia por varias décadas de concepciones comunicacionales no-instrumentales y no-lineares en el contexto del pensamiento comunicacional internacional (Bateson, 2006; Mattelart & Mattelart, 2004; Maldonado, 2001; Adorno, 1999; Bakhtin,

1993) ha sido configuradora de teorías y experiencias que vislumbran un conjunto de posibilidades creativas y transformadoras de la hegemonía cultural sistémica contemporánea. En esa realidad, no obstante, todavía se constata una observancia abarcadora, penetrante y condicionante de las concepciones y modelos instrumentales de comunicación (Lasswell, 1975; Luhmann, 2001; Mattelart, 2002) en la primera década del siglo XXI. Las prácticas profesionales, los planes de estudio, los proyectos de investigación y las teorías estructuradas comprueban esa realidad de hegemonía *estructural funcionalista, instrumentalista y tecnicista* (Maldonado, 2001; 2008b). Esto es posible porque el *globalitarismo* (Ianni, 2000) contemporáneo se basa, principalmente, en la lógica positivista, productivista y capitalista que organiza el conjunto de los modos de vida y producción en torno de los objetivos de acumulación, lucro y exploración. Lo comunicacional -nuestra dimensión de investigación y pensamiento- está atravesado por esos condicionantes históricos, y para comprender su



funcionamiento contemporáneo es necesario investigarlo en esa realidad sociocultural y económica (Mattelart, 2004; Martín Barbero, 2006; Maldonado, 2008a). En esta fase de reconfiguración del capital, las tecnologías de la información adquirieron una importancia estratégica en la estructuración de las formaciones sociales particulares (país, nación, Estado) y, principalmente, en el caso de los conglomerados de estados, repúblicas, naciones, como la Unión Europea (UE) y, puede llegar a ser el caso, de la Unión de Naciones Latinoamericanas (UNILA), de reciente fundación. El hecho es que los sistemas de información y comunicación digitales permiten en la actualidad una *interrelación cultural, social, productiva, creativa, organizacional, estructural, cognitiva, lúdica y militar* que en el pasado mediato no era posible.

Los sistemas mediáticos del modelo industrial generalista, diseñados para exigir la participación de grandes capitales y adecuados a las formas de producción del gran capital tienen en

la actualidad, como contraparte, un proceso simultáneo de configuración de múltiples redes de producción simbólica para centenas de millones de personas, sin necesidad de grandes capitales en su constitución. Pequeños y medianos productores hoy tienen la posibilidad de circular en un universo potencial de aproximadamente 1.400 millones de internautas (The World Bank, 2008). Las condiciones de producción, circulación y recepción de mensajes cambiaron de manera radical; la revolución digital hizo posible en el campo de la comunicación que las personas comunes, los no profesionales, descubran posibilidades y talentos de expresión que en los formatos atómicos difícilmente podrían ejercer. La cuestión central aquí es que se tornaron *productores de mensajes y objetos simbólicos* en varios formatos (fotografía, música, audiovisual, textos, hipertextos, conocimiento, cultura, educación, entretenimiento, política, etc.), si bien todavía una buena parte de los internautas se establece en una posición complaciente, cada vez más el número de productores aumenta.

Las dos grandes metáforas inspiradoras del pensamiento comunicacional hegemónico en el siglo XX, la *máquina* y el *organismo* (Sfez, 1994), fueron profundamente disminuidas en su solidez y firmeza teórica con la incursión constante del pensamiento alternativo, de resistencia, popular, cultural, socio-histórico y crítico en comunicación (Brecht, 1973; Gramsci, 1972; 1978; Bakhtin, 1993; Mata, 2000; Maldonado, 2001; Mattelart, 2006; Martín Barbero, 2006). El caso latinoamericano es demostrativo de cómo -y a pesar de la fuerza de los grandes sistemas mediáticos estadounidenses y de las oligarquías locales- la gente construyó medios de comunicación alternativos en las diversas fases de la constitución de los medios en el siglo pasado. Radio, cine, video, audiovisual, producción musical (grabada) fueron apropiados con singular inteligencia, renovación artesanal e industrial, en el modo de acceder y fluir en culturas mediáticas; y que al principio (lógica del capital) fueron pensadas y restringidas en su producción para las formas empresariales de mercado e industriales de lucro.

La vitalidad cultural, política y social latinoamericana tiene un componente crucial en lo comunicacional; es así que, en todo proceso significativo de cambio, los medios de comunicación fueron trabajados con especial intensidad, compromiso y acción. Lamentablemente, y de manera paradójica, en muchos casos el modelo de producción adoptado ha sido el instrumental. Como ejemplo paradigmático contemporáneo, basta considerar el caso de *Telesur* -sistema televisivo fundado para producir audiovisual televisivo alternativo al poder estadounidense-, que en su producción concreta reproduce las matrices, los formatos, los modelos, las jerarquías y los estilos del paradigma *estructural funcionalista*.

La realidad ha sido, es y será múltiple (Marx, 1977; Wallerstein, 2001). Para pensar la comunicación en una perspectiva transformadora es necesario situar *lo concreto* en su multiplicidad dimensional y contextual; de otro modo la investigación queda restringida a ejercicios repetidos de esquemas sin mayor trascendencia, que no contribuyen para la reconfigura-



DAQUILAMA REX

Andrea L.

ción sociocultural. En esta primera década del siglo XXI se constata un desgaste de la “euforia culturalista” que se volvió moda en la investigación latinoamericana en los años 1980 y 1990. Sus posibilidades fueron testadas con intensidad en algunos sectores; la mayoría de las veces fueron aplicaciones sin problematización profunda, que establecieron en éstas la “salida” para todos los problemas

comunicacionales que toda investigación en el área exige.

En esta fase de renovación y de crisis, la *investigación en recepción* sólo puede alcanzar un nivel de profundización teórica y metodológica si concibe la comunicación como una superposición multiforme de dimensiones y procesos (*psicosfera, semiosfera, etnosfera, tecnosfera, sociosfera,*

etc.). Esta idea de esfera, todavía limitada en términos formales, permite, sin embargo, ir más allá de la idea de línea, y se relaciona mejor con una concepción compleja de las configuraciones comunicacionales. De hecho, al investigar problemas de comunicación nos enfrentamos a un conjunto de mezclas reales, que tornan complejo el trabajo de registro, sistematización e interpretación. En esta argumentación se propone como recurso de estructuración para concepciones vigorosas, activas y flexibles la idea de *dimensiones multiformes*, que partiendo de las esferas (punto de partida de la distinción) conciben esas dimensiones como *formas de vida* (Wittgenstein, 1988) articuladas en una trama principal comunicacional; y que, simultáneamente, al interior de éstas, estén en interrelación con tramas de otra índole (técnica, política, económica, psicológica, lingüística). Por ejemplo, en la *tecnosfera*, en la cual para la problematización comunicacional la trama central aglutinadora no va a ser su aspecto físico electro-electrónico, que es un condicionante crucial, sino la trama *tecnocomunicacional*, es

decir, que en esa dimensión permite establecer relaciones productoras de cultura y de sentido.

En esta nueva fase de la cultura humana se construyeron recursos de producción simbólica que potencian las capacidades artísticas, cognitivas, experimentales, políticas, socio-organizativas, culturales, poéticas y de trabajo sistemático de las personas. Hoy es posible mostrar a estudiantes, profesores, públicos, grupos, asociaciones, aprendices y pensadores - de manera clara y concreta- el carácter *multidimensional de la comunicación*, porque utilizando los recursos y técnicas digitales podemos *mostrar* las convergencias hipertextuales, las formas de confluencia, mezcla, convergencia y entrecruzamiento de las dimensiones comunicativas. En el pasado inmediato, sólo en el campo del teatro, del cine, de la televisión eran factibles ambientes, personajes, escenarios y enredos; ahora las nuevas generaciones juegan, se desafían, se confrontan y disfrutan construyendo "mundos posibles"; algunas veces degradantes, otras veces artísticos y/o productivos; pero, y esto es lo importante, tie-

nen la posibilidad de ejercer habilidades, de producir pensamientos, de establecer relaciones para estructurar ambientes de vida cultural experimental amplios.

El carácter multicontextual de la comunicación en las condiciones digitales también se encuentra fortalecido; la realidad de flujos, migraciones, vivencias digitales y atómicas hacen posible esas diversas combinaciones. La *mundialización* de la cultura y la *globalización* de la economía, las nuevas reglamentaciones internacionales, las necesidades de los sobrevivientes de la crisis latinoamericana de los años 1990 e inicios del siglo XXI; todo esto ha hecho posible históricamente que se comprenda que el mundo no es único, homogéneo, provinciano, como lo presentaban los pensamientos localistas, chauvinistas, fundamentalistas, universalistas y autoritarios. La dialéctica socio-cultural contemporánea rompió, en parte, las restricciones de clase para transportarse entre los continentes. Las ideas de mundos superpuestos, de realidades múltiples, de multiculturalidad en interconexión profunda son palpables;

esa visualización del mundo salió de los libros de antropología, geografía, sociología y comunicación para configurar el mundo contemporáneo. La Unión Europea, por ejemplo, hoy está estructurada por culturas de todos los continentes, así lo niegan algunos sectores neofascistas y conservadores; esa realidad sociocultural es concreta. Las necesidades de acumulación del capital (mano de obra de millones por año) y las necesidades de sobrevivir de latinoamericanos, africanos y asiáticos hace que esos contextos múltiples estén en el mundo de la vida cotidiana y en los espacios simbólicos de los sistemas mediáticos industriales, comerciales, alternativos, culturales y públicos condicionándolos, reformándolos, estructurándolos y cambiándolos.

La realidad del éxodo impregna a América Latina contemporánea; de México a la Patagonia, unos más otros menos; todos de manera expresiva viven, sienten y piensan la alteridad. Los dos millones y medio de refugiados colombianos al interior de Colombia y el medio millón de colombianos que está en Ecuador

saben de la perversidad de la lógica de la guerra, donde más de cuarenta millones de personas pierden y unos pocos lucran con la industria de las armas, de la droga y del poder autoritario. Los más de tres millones de ecuatorianos (aproximadamente 25% de la población en inicios de esta década) que emigraron en la virada del siglo XX para el XXI en busca de trabajo, muestran el tamaño del desbarajuste provocado por la dependencia del modelo neoconservador/autoritario vigente en la región desde comienzos de los años 1980. A esos ensayos depredadores se les dio el nombre de *democracia, free flow information, libertad de mercados*.<sup>1</sup> Dialécticamente, en términos comunicacionales, las personas obtuvieron ventajas más allá de las pérdidas espirituales y mate-

riales; hoy los latinoamericanos de clases medias y populares saben mucho más sobre el mundo internacional concreto que una década atrás. Viven la diáspora con intensidad; la “maravilla comfortable” del mundo desarrollado no está sólo en las películas, se vive en la realidad con sus ventajas y segregaciones. La identidad con la comunidad de origen se fortalece en la mayoría de los casos y se destruye en otros; el hecho que interesa es que se construyen, establecen, viven varios contextos de cultura y comunicación. Por una parte se experimentan las formas locales, regionales, nacionales, estatales, urbanas o rurales de vida “desarrollada” y, por otra, se reconstruyen vínculos afectivos, simbólicos, grupales, familiares y de conocimiento de la comunidad de origen.

1 La política de privatizaciones se constituyó en un festín en provecho de pocos, fue así que se formaron los *billonarios* latinoamericanos, el juego perverso hizo posible que 38 **empresarios** se apropiasen de 157,2 billones de dólares; el 77% de esa suma en manos de unos pocos brasileños y mexicanos que alcanzaron niveles de riqueza correspondientes a los del tope de la burguesía mundial. Esa aberración socio-económica provocó crisis sistemáticas en las economías regionales y procesos de empobrecimiento significativos; sólo en Brasil colocó a más de 80 millones de personas en situación de pobreza. La riqueza de los 38 corresponde a los bienes de 200 millones de latinoamericanos. (Catani, 2007. *Revista de Sociología*, Porto Alegre, año 9, nº 18, jul.-dic., p.38-73).

Los contextos y las dimensiones confluyen en la Internet; ésta permite quebrar fronteras, aproximar seres queridos, acompañar la vida del mundo que se dejó y los nuevos mundos que se exploran, como también pensar y construir otras posibilidades de mundos personales. La *investigación en recepción* es clave para comprender la premisa histórica, socio-cultural, de que los *públicos* van dejando de ser *públicos*; se vuelven pequeños y grandes protagonistas de historias de vida dinámicas, intensas, desafiantes, subvertoras de la modorra municipal tradicional. Es así que las personas migrantes de todas las clases entran en contacto, relación, intercambio, rechazo, conflicto, conocimiento con seres de otras culturas (diversas, extrañas, diferentes); experimentan concretamente las condiciones de trabajo, vida, estudio, entretenimiento y organización. Establecen vínculos, paralelismos, identidades, aproximaciones, cariños con algunos grupos o comunidades, rechazan otros. De hecho se producen *interrelaciones* culturales comunicativas o de conflictos, y se comprende mucho mejor que

el mundo de la vida no es plano, único, eterno, seguro (Bauman, 2008).

### **Pensar la interrelación educomunicación/recepción en la transformación socio-cultural**

Los proyectos, programas, realizaciones, pensamientos (Kaplun, G. 2005; Prieto, 2006) y experiencias en *educomunicación* en América Latina tienen varias décadas de existencia; su concepción y diseño tuvo como encuadramiento tecnocomunicacional la radio y, posteriormente, la televisión. Fueron las “nuevas tecnologías” que, desde los años 1950, inspiraron a los precursores de la *enseñanza a distancia (EAD)* la *teleeducación*. Las estrategias formuladas para llevar adelante estos proyectos tuvieron como premisa central de su concepción el *receptor/estudiante*, pensado como un ser productivo enfocado en una praxis teórica de aprendizaje. No obstante, dadas las condiciones técnicas e intelectuales (concepciones de comunicación y pedagógicas) existentes durante la segunda mitad del siglo XX, los modelos *instrumentales tecnicis-*

tas fueron los que mayor propagación tuvieron. En Brasil se tiene el caso paradigmático del programa *Telecurso 2000*<sup>2</sup> de la Red Globo de televisión, que mezcló negocio con servicio, que en el 2008 alcanzó la cifra récord de más de cinco millones e medio de estudiantes matriculados en su historia. En este formato, el pragmatismo pedagógico de las universidades estadounidenses se une a la sofisticación televisiva del “*padrón Globo de calidad*” para enseñar, mejor diríamos *entrenar personas* en modelos de pensamiento lineal, eficiente (al mismo tiempo reductor y operativo); y que, simultáneamente, los capacita para disputar en mejores condiciones cupos en el mercado de trabajo.

Es importante señalar que, pese al carácter *funcional instrumental* del *Telecurso 2000*, éste va

mucho más allá en términos educativos y pedagógicos que las experiencias federales. Cabe recordar, a modo de ejemplo paradigmático, el proyecto “*TV Escuela*”, que llevó, en la década de 1990, aparatos receptores de TV para las salas de clase de las instituciones públicas de enseñanza básica y media, sin formular una *estrategia fuerte de comunicación/educación*. En esa línea de trabajo, parece que bastaba colocar los aparatos de video y TV en las clases para transformar el proceso educativo. Esa concepción *tecnicista* dio como resultado un uso deformado, precario y de desperdicio de los recursos *edudomunicacionales*. Las empresas de televisión y la TV pública (caso “*Ra Tim Bum*” de la *TV Cultura de São Paulo*) produjeron realidades *teleducativas* más sofisticadas, flexibles, abiertas, democráticas y avanzadas.

2 Este proyecto de tele-educación funciona desde 1978 como iniciativa de la Fundación Roberto Marinho, y la TV Cultura de São Paulo trabajaron en la estructuración de una oferta educativa a distancia para la enseñanza básica, a partir de 1994, en colaboración con la FIESP (Federación de Industrias del Estado de São Paulo), estableció un modelo de referencia para la educación a distancia. (Mayores informaciones pueden ser consultadas en el sitio digital [www.telecurso2000.org.br](http://www.telecurso2000.org.br)).



En la coyuntura actual presencia-  
mos una transformación *tecnocul-  
tural* profunda, que combina con-  
diciones de producción digital  
con *multiculturalidad* intensa,  
renovadora y conflictiva. A modo  
de ilustración, en marzo de 2009,  
Brasil tuvo 62,3 millones de per-  
sonas que utilizaron la Internet  
(IBOPE, NetRatings); ese indica-  
dor muestra la tendencia acelera-  
da a participar del *mundo digital*  
en el país. En 2006 esa cifra  
alcanzaba 22,1 millones, y en  
2008, 41,5 millones de internau-  
tas; en poco tiempo, de continuar  
ese comportamiento, se tendrá  
por lo menos a la mitad de la  
población dentro del *ciberespacio  
digital*. ¿Qué significa eso en tér-  
minos comunicacionales? Es  
*obvio y trivial*; por consiguiente,  
es fundamental para la investiga-  
ción visualizar que las interrela-  
ciones comunicacionales están  
cambiando aceleradamente, que  
el *modelo hegemónico de grandes  
medios generalistas* comerciales  
va dando paso a una configura-  
ción más amplia y flexible en la  
cual los *sujetos/receptores* de la  
comunicación mediática tienen  
un encuadramiento cualitativa-  
mente distinto.

La presión de la ciudadanía en  
Brasil para tener servicios de  
comunicación digital, en conver-  
gencia con las políticas de libera-  
ción de impuestos a los aparatos  
de informática y de investigación  
del gobierno central, favorecen la  
transformación. Las empresas de  
telecomunicaciones, que hasta  
recientemente conseguían mante-  
ner un estado arcaico de funcio-  
namiento y servicio, son exigidas  
de modo creciente a configuracio-  
nes más avanzadas; es el caso de  
la llamada *banda ancha* que se  
mantenía en padrones de  
250Kbps a 1Mbps, y hoy ya ofre-  
ce 10Mbps, destinada a empresas  
privilegiadas entre 30 y 50Mbps;  
para el segundo semestre de  
2009, el marketing ofrece  
100Mbps, lo que significaría  
alcanzar en algunos sectores el  
nivel de Japón (el mejor en el  
mundo) [www.fndc.org.br](http://www.fndc.org.br)

Pensar, concebir, observar, experi-  
mentar, describir, interpretar los  
nuevos modos de ser *receptor  
multimediativo* en los procesos de  
*educomunicación* implica situar  
esos sujetos en la *multidimensio-  
nalidad comunicacional*, en la  
cual el conocimiento es producido



DANZA  
Mercedes Romero

de manera *hipertextual* (Castells, 2004), como en realidad la especie humana lo ha hecho en sus momentos culminantes de invención; eso lo muestra la Historia y la Filosofía de la Ciencia; en la mente de los sabios, inventores, genios y científicos relevantes se constata una confluencia vasta y preciosa de textos y experiencias (Marx, 1985; Sastre, 1979; Gortari, 1969; Jiapiassu, 1986;

1981; Wallerstein, 2001, Martín Barbero, 2006). Las máquinas hoy, con sus configuraciones digitales, *facilitan* ese don del ser humano, y socializan posibilidades de combinar *inteligencias múltiples* en el proceso de producción del conocimiento.

El *sujeto/receptor/estudiante* tiene hoy a disposición filmotecas, videotecas, bibliotecas, bancos de

dados. Puede compartir también publicaciones artísticas, científicas, informativas, políticas, educativas. Tiene la posibilidad de establecer contactos, relaciones e intercambios con tribus, grupos, comunidades. En resumen, puede experimentar y vivir el *tiempo/espacio digital*, en el cual innúmeros bienes culturales potencialmente facilitan su crecimiento educativo. Esta nueva condición de *internauta, agente digital, comunicador digital, estudiante digital* y otras denominaciones todavía limitadas, expresan la nueva realidad de los sujetos en comunicación, el hecho de que son *productores privilegiados de cultura, comunicación y conocimiento*.

Esa condición favorable en términos comunicacionales se define en sus relaciones con los medios de producción simbólica; esos

nexos cualitativamente cambiaron los instrumentos, medios y capacidades de producción; cada vez más, están al alcance de millones de personas, antes excluidas de las técnicas, competencias y conocimientos comunicacionales. Hoy es posible producir audiovisual, música, periódicos, revistas, artes visuales, textos escolares, libros, etc., sin necesitar de una infraestructura de máquinas de grande empresa, costosa y de organización industrial. Pequeñas y medianas organizaciones productoras de cultura comunicacional pueden penetrar en amplios sectores de *sujetos/receptores/digitales*. Es el caso de los productores de música en las favelas<sup>3</sup> que hacen lanzamientos de CDs con música propia en talleres artesanales, que alcanzan más de un millón de ejemplares en algunos discos; esa

---

3 Barrios o zonas urbanas pobres y miserables de Brasil, en los cuales habitan millones de trabajadores, desempleados, domésticas, artistas populares y gente común de las clases explotadas de la formación social brasileña. En esos sectores existe una expresiva producción cultural popular que es mercantilizada por las grandes medias y los espectáculos de masas, como el Carnaval de Río. La violencia de los grupos de narcotraficantes, paramilitares y el Estado es constante; a pesar de eso, la producción cultural de música, vestido, culinaria, economía solidaria, organizaciones populares y medios de comunicación es significativa.

circulación es demostrativa de la fuerza cultural y productiva de los nuevos consumidores culturales. Cabe apuntar que en el 2008 los productores independientes de música superaron en 1.400% a la gran industria de discos digitales (CARTA DE PARANÁ TOQUE DO BRASIL)<sup>4</sup>. Este ejemplo sirve para recordar que las clases subalternas en América Latina, como en Brasil, han sido prolíficas en la generación de cultura, que han manifestado su riqueza comunicativa y productiva en condiciones de violencia, autoritarismo, dictadura, pobreza material, explotación capitalista y desorganización estatal. En los nuevos tiempos pueden combinarse *culturas populares con facilidades tecnológicas* para producir procesos de “alfabetización” en nuevas formas de vida.

El *reconocimiento cultural* de las alteridades podría juntarse con la

*recepción crítica y creativa* de comunicación multimedia, en la cual queda mucho más claro que el *receptor/productor* simbólico es el sujeto en comunicación. Nunca hubo sólo *receptores*, los procesos de resignificación se dieron hasta en las formas más autoritarias de interrelación; es así que las estructuras “duras” (históricamente investigadas) han sido las más débiles en su permanencia, dado que no han sabido alimentarse de las culturas de su entorno vital y se han desmoronado. Hoy los procesos de comunicación son multidireccionales y permiten muchas configuraciones expresivas. Los *comunicadores/educadores* de inicios del siglo XXI se enfrentan así a la paradoja de la quiebra de los modelos de enseñanza tradicionales en interrelación con la riqueza de condiciones potenciales para generar conocimiento cualificado.

4 “Entre tantos datos exhaustivamente analizados, destacamos un ejemplo de ese desnivel con la cultura nacional: durante el año 2007, en cuatro grabadoras multinacionales que operan en el Brasil producirán en el país **poco más de media centena de títulos**. En el mismo período, apenas 63 grabadoras nacionales independientes colocaron en el mercado **784 títulos nuevos**”.

### La alternativa *transmetodológica*

La problemática comunicacional, pensada en sus vertientes educativa y multicultural, exige la presencia y estructuración de un conjunto de estrategias metodológicas que confluyan para la sistematización, comprensión y resolución de problemas concretos. Esta articulación/entrelazamiento de métodos, en la cual se mezclan y reconfiguran lógicas, categorías, teorías y diseños metódicos es lo que denominamos como *transmetodología*. Este es un *método heurístico* que se construye en cada problemática, y que se alimenta de los conocimientos dinámicos que van produciendo por los métodos generales y los particulares (para el *objeto/problema*), y se fortalecen con los conocimientos teóricos formulados en la línea *comunicacional transdisciplinar*. De ese modo se establece una interrelación dialéctica entre *transmetodología/transdisciplinaridad*, en donde la primera es el correspondiente metódico de las exigencias teóricas de la segunda.

En la actualidad, América Latina tiene la urgencia histórica de

superar el atraso educativo, técnico y científico, para lo cual precisa economizar etapas, aprender de la historia de la ciencia, como también de las trayectorias fructíferas en comunicación, educación y ciencias sociales, para diseñar proyectos y programas que superen el *burocratismo cuantitativista*, que rige el pensamiento y las realizaciones de los principales gestores públicos y privados. Estas premisas demandan la construcción de una *cultura educomunicacional* que sepa reconstruir los pensamientos y las acciones, que orienten la producción de procesos educativos y comunicativos. Hay que terminar con los ejercicios mentales mecánicos; el esfuerzo cerebral tiene que estar incluido en problemas y contextos que le den significados profundos, en los cuales los niños, jóvenes y adultos encuentren el entusiasmo, la pasión, la energía y la inspiración para hacer del estudio una práctica teórica dialéctica, al mismo tiempo agradable y rigurosa.

La *transmetodología* propone en este campo la mezcla de la riqueza de las posibilidades de *comuni-*

*cación digital* (hipertextos, flujos, producción creativa, reconfiguración dinámica, lógicas lúdicas, etc.) con las *culturas juveniles* multiculturales (tribus, grupos, comunidades, agrupamientos, dinamismo, mundialismo, subversiones, producción renovada, habilidades comunicativas, etc.) y la *cultura científica crítica* que muestra la importancia central de la *investigación* en todo proceso de aprendizaje y conocimiento.

Eso significa que la *investigación* no puede ser aplazada, elitaria, restricta; es necesario reformular todo y situar la investigación en el núcleo de los pensamientos y de las acciones *educomunicacionales*, que evitan simulaciones formales de indagación. Las condiciones favorables del *tiempo/espacio digital* hay que aprovecharlas, juntándolas al saber que las nuevas generaciones tienen que alcanzar sobre el conocimiento producido por la humanidad, mediante encuadramientos flexibles que combinen *comunicación/arte/ciencia/juego* y aprendizaje.

Es necesario producir en las personas la necesidad intelectual de

saber formular estrategias, planes, proyectos, programas y métodos de trabajo a diferencia de la *cultura de la copia*, de la *repetición de recetas*; es imprescindible aprender a formular problemas; a establecer alternativas racionales; a producir sentido crítico constructivo; a establecer límites y objetivos; a interrelacionar aspectos, componentes, pensamientos y objetos. En síntesis, los niños, jóvenes y adultos tienen que aprender la *cultura del desafío intelectual heurístico*; saber que tienen que descubrir por ellos mismos, que están dentro de una aventura productiva interesante para sus vidas, que vale la pena pensar y transformar el mundo.

La *transmetodología* propone el diálogo/confrontación entre métodos, lógicas y procedimientos para trabajar investigaciones concretas. Considera poco inteligente, constructivo y cooperativo el *sectarismo metodológico*, las ortodoxias totalitarias (a ejemplo del fundamentalismo de mercado y de la democracia liberal), los logocentrismos y los etnocentrismos, y todas las versiones de

mesianismos metodológico exclusivista. La perspectiva transmetodológica afirma la necesidad de reconstruir problemáticas metodológicas en cada nuevo proyecto de investigación, incluyendo en éstos lo que fue aprendido en procesos anteriores; pero, al mismo tiempo, obligándose a conocer más sobre las posibilidades metodológicas que ofrecen los nuevos y viejos descubrimientos.

La *transmetodología* propone la realización de sistemáticas *rupturas* e *continuidades* epistemológicas, que incluya en ese esfuerzo la incorporación de epistemologías autóctonas y mundiales; científicas y milenarias; paraconsistentes y formales; dialécticas y axiomáticas. Pensamientos que acepten los principios de la *diversidad*, la *contradicción*, la *alteridad*, la *fraternidad*, la *aventura intelectual* y la *pasión por transformar el mundo*. ●

## BIBLIOGRAFÍA

- Adorno, T. W. (1999). <<Experiências científicas nos Estados Unidos>>, In: ADORNO, Theodor W. *Palavras e sinais/modelos críticos 2*. Petrópolis, RJ: Vozes, 259 p.
- Bakhtin, M. (1993). *A cultura popular na Idade Média e no Renascimento: o contexto de François Rabelais*. São Paulo: Loyola, 419 p.
- Bateson, G. (2006). *Una unidad sagrada/pasos posteriores hacia una ecología de la mente*. Barcelona: Gedisa, 444 p.
- Bauman, Z. (2008). *Medo líquido*. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 239 p.
- Brecht, B. (1973). *Teoría de la radio. En el compromiso en literatura y arte*. Barcelona, Península.
- CARTA DE PARANÁ TOQUE DO BRASIL. ABMI - Associação Brasileira de Música Independente. AMAR - Associação dos Músicos, Arranjadores e Regentes. UBC - União Brasileira de Compositores. RTVE/PR - Rádio e Televisão Educativa/Governo do Paraná. Curitiba, abril, 2008.
- Castells, M. (2004). *A galáxia Internet/ Reflexões sobre Inter.net, negócios e sociedade*. Lisboa: Fundação Calouste Gulbenkian, p.325.
- Gortari, E. (1969). *Siete ensayos sobre la ciencia moderna*, México, Grijalbo.
- Gramsci, A. (1972). *Cultura y Literatura*, Barcelona, Ediciones Península.
- ——— (1978). *Os intelectuais e a organização da cultura*. Rio de Janeiro, Civilização Brasileira.
- Ianni, O. (2000). *Enigmas da modernidade-mundo*. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 319 p.

- Jiapiassu, H. (1986). *Introdução ao pensamento epistemológico*. 4ª ed. Rio de Janeiro: Francisco Alves, 202 p.
- ——— (1981). *Questões epistemológicas*. Rio de Janeiro: Imago, 173 p.
- Kaplun, M. (1987). *El comunicador popular*. 2ª ed. Buenos Aires: Lumen-Hvmanitas, 263 p.
- Kaplun, G. (2005). *Aprender y enseñar en tiempos de Internet/Formación profesional a distancia y nuevas tecnologías*. Montevideo: CINTERFOR/OIT, 197 p.
- Laswell, H. (1975). *A estrutura e a função da comunicação na sociedade*. São Paulo, Nacional.
- Luhmann, N. (2001). *A improbabilidade da comunicação*. Lisboa: Vega, 154 p.
- Maldonado, A. E. (2008). <<A perspectiva transmetodológica na conjuntura de mudança civilizadora em inícios do século XXI>>. Em Maldonado, E; Bonin, J., Rosário, N. (ed), *Perspectivas metodológicas em comunicação/desafios na prática investigativa*. João Pessoa: Editora UFPB, 323 p.
- ——— (2008b). <<La trayectoria metodológica suscitadora de J.Martín Barbero>>. *Anthropos/Huellas del Conocimiento*, Barcelona: Anthropos, 219, abril-junio, p. 157-167.
- ——— (2001). *Teorias da comunicação na América Latina: Enfoques, encontros e apropriações da obra de Verón*. São Leopoldo/RS: UNISINOS, 272 p.
- Martín Barbero, J. (2006). <<Técnicidades, identidades, alteridades: mudanças e opacidades da comunicação no novo século>>. D. Morais, *Sociedade Midiatizada*, Rio de Janeiro: Mauad, 246 p.
- Marx, K. (1977). *Contribuição para a crítica da Economia Política*. 5ª ed. Lisboa: Estampa, p. 365.
- ——— (1985). *O Capital (2 vol.)*, São Paulo, Nova Cultural.
- Mata, C. (2000). <<De la presencia a la exclusión>>. *Diálogos de la Comunicación*, Lima: FELAFACS, Edición 69-70, octubre 2000, p. 166-174.
- Mattelart, A. (2006). <<Para que "nova ordem mundial da informação"?>>. Morais, D. *Sociedade Midiatizada*, Rio de Janeiro: Mauad, 246 p.
- ——— (2002). *História da Utopia Planetária: da cidade profética à sociedade global*. Porto Alegre: Sulina, 430 p.
- Mattelart, A.; Mattelart, M. (2004). *Pensar as mídias*. São Paulo: Loyola, 255p.
- Prieto Castillo, D. (2006). *E-Learning comunicación y educación/el diálogo continua en el ciberespacio*. São José, Costa Rica: Radio Nederland Training Centre, 242 p.
- ——— (2000). *Comunicación, universidad y desarrollo*. Investigaciones de la PLANGES-CO. La Plata, Buenos Aires, 261 p.
- Sartre, J. P. (1979). *Crítica de la razón dialéctica (Libro 1)*. 3ª ed. Buenos Aires: Losada, 488p.
- Sfez, L. (1994). *Crítica da comunicação*. São Paulo: Loyola, 389p.
- Wallerstein, Immanuel et. Al. (2001). *Para abrir as ciências sociais*. 5ª ed. São Paulo: Cortez, 151 p.
- Wittgenstein, L. (1988). *Investigaciones filosóficas*. México-Barcelona: UNAM-Crítica, 549 p.
- [The] World Bank, *World Development Indicators database, Key Development Data & Statistics*. Dados referentes a 2006, Abril de 2008. Online em <http://web.worldbank.org/WBSITE/EXTERNAL/DATASTATISTICS/0,,contentMDK:20535285~menuPK:1192694~pagePK:64133150~piPK:64133175~theSitePK:239419,00.html> [22/07/2008].



# Apuntes sobre la Investigación de la Comunicación en Ecuador<sup>1</sup>

---

Roberto Freire  
Profesor de Investigación de la  
Comunicación de la FACSQ.

## RESUMEN

**E**l artículo es una primera aproximación (apuntes) de la investigación de la comunicación en Ecuador. Sus inicios se remontan a los años treinta y avanzan hasta la década de los noventa. Menciona las principa-

les obras y autores en cada una de las décadas; información que se complementa con la bibliografía correspondiente. También se puede visualizar la incidencia que han tenido algunas instituciones y organizaciones nacionales e internacionales en torno de investigación comunicacional en nuestro país.

---

1 Este artículo es una primera aproximación a una sistematización de la investigación en comunicación del Ecuador, busca sistematizar las diferentes investigaciones en comunicación realizadas y publicadas en nuestro país. Se prevé su finalización para julio del 2010. Al no estar concluido el trabajo se omiten investigaciones producidas en los diferentes años que no han sido revisadas.

## PALABRAS CLAVE

- Investigación
- Comunicación
- Medios de comunicación
- Cuantitativo
- CIESPAL

Si bien es cierto, la investigación crítica en ciencias sociales y, sobre todo, en lo referente a la comunicación, se ha definido casi en su totalidad en Latinoamérica por su ruptura con el funcionalismo, quizás esa ruptura ha sido más afectiva que efectiva. Al funcionalismo se lo ha descalificado "en teoría"; pero se sigue trabajando con él en la práctica, tanto así que la investigación está plagada de un teoricismo que, en palabras de Martín Barbero, tiende a confundir investigación con especulación. Además, ha existido la tendencia a utilizar un discurso que trata de ocultar la falta de un trabajo empírico serio y que genera una investigación que no pasa por la acción.

La investigación en (de la) comunicación en América Latina es relativamente muy joven. Es a partir de la década de los cuarenta que aparecen investigaciones sobre los procesos comunicacionales; pero, de manera particular, son estudios sobre el periodismo, la propaganda y el derecho. Entre estos trabajos se destacan: *Trilogía sobre el Periodismo*, de Octavio de la Suarée (1944, 1946, 1948); *Publicidad y propaganda*, de Ermani Macedo de Carvalho (1940); Ary Kemer (1943), Carlos Juan Zavala (1947), (Marques de Melo, 1992, 78).

En la década de los cincuenta es más rica en diversidad de géneros investigativos; se anotan estudios en los campos del cine, la prensa y la radiodifusión. La fundación de CIESPAL<sup>2</sup> otorga a la investigación en comunicación una nueva fisonomía; pero con una concepción epistemológica proveniente de las escuelas de comu-

2 CIESPAL: Centro Internacional de Estudios Superiores de la Información para América Latina fue fundado por iniciativa de la UNESCO y con el respaldo del gobierno del Ecuador en Quito, en 1959, bajo la línea de políticas de la UNESCO de promoción de centros especializados en estas materias para cada una de las zonas del mundo.

nicación de Chicago y Paris, desarrolladas hasta finales de los sesenta. Los investigadores de esa década denuncian las contradicciones provocadas por la aplicación de modelos foráneos inadecuados para explicar la realidad Latinoamericana, y proponen el diseño de un modelo autóctono de investigaciones en comunicación, creación de ALAIC<sup>3</sup>.

En el Ecuador, existen algunas publicaciones que dan muestra de la existencia de investigación en comunicación desde el año de 1935, con estudios de la imprenta en Ecuador de Carlos Sánchez (1935) y sobre el periodismo ecuatoriano, de Augusto Arias (1938).

Para los años cincuenta hay estudios ecuatorianos sobre fenómenos de la comunicación con Gustavo Adolfo Otero (1953), la libertad de prensa y la situación del pueblo ecuatoriano de Carlos Mantilla (1957); es una producción intelectual basada en los modelos vigentes para la época.

La naciente CIESPAL ejecuta investigaciones sobre Radioemisoras en el Ecuador, sueldos y salarios (1961), el primer estudio especializado de sintonización de la radio en Quito de Ramiro Samaniego (1968); son investigaciones realizadas bajo el modelo cuantitativo.

Para la década del setenta se continúa con los aportes de investigaciones en publicidad, de Benjamín Ortiz (1974) y Jorge Merino (1977); la influencia de los medios de comunicación, de Bolívar López Herman (1976); estudios sobre el periodismo, de Alfredo Albuja (1979); la influencia de medios, de Anne Fauchois (1979). Mantienen los modelos de investigación vigentes para la época.

En los años ochenta se encuentra mayor producción de la investigación en comunicación, no sólo de pensadores ecuatorianos sino también de investigadores de otras nacionalidades que escribieron sobre comunicación en Ecuador;

3 Asociación Latinoamericana de Investigadores de la Comunicación, creada en 1978



TECNOLOGÍA  
Santiago Steeve Cutera

están entre otros: Alba Luz Mora (1982), María Cristina Cárdenas Reyes (1986), Gloria Dávila de Vega (1986), Arturo Andrés Roig (1987), Santiago Paz Gallegos (1987), Anne Fauchois (1988), José Sánchez Parga (1988).

Para junio de 1991 se realiza en el Ecuador el Primer Encuentro de Investigadores de la Comuni-

cación<sup>4</sup>, convocado por CIESPAL y la oficina Regional de la UNESCO, entre otros organismos.

Una de las motivaciones para esta reunión es la realización del primer encuentro formal de los investigadores latinoamericanos de la comunicación<sup>5</sup>, citada por ALAIC; en éste participan cuatro delegados del Ecuador.

El encuentro de los investigadores ecuatorianos fue, sin duda, motivar a esa comunidad dispersa para conocer y rescatar el trabajo realizado hasta la fecha.

Otra de las motivaciones es...

El desarrollo vertiginoso de los Medios de Comunicación colectiva (...) a través de la tecnología (...) La posible manipulación de la información acorde a los intereses de algunos de esos centros de poder (...) genera la necesidad de profundizar en la investigación científica sobre los Medios de

4 Desde la fecha no existe registros de otro encuentro de investigadores de la comunicación; hay cursos, talleres u otras formas de reunión.

5 El primer congreso de ALAIC se realizó en agosto de 1992 en Embu-Guacu, Sao Paulo, Brasil.

Comunicación, su uso y recuperación en la sociedad contemporánea (CIESPAL 1991, 99).

Tanto las motivaciones y las premisas<sup>6</sup> del encuentro están enmarcadas en la trilogía comunicación, sociedad y desarrollo.

Las comisiones de trabajo en el primer encuentro de investigadores se dividieron de la siguiente manera:

Investigación y los Medios  
Investigación y Desarrollo  
Investigación y Universidades<sup>7</sup>

Como resultado del encuentro, CIESPAL, en su colección Materiales de Trabajo, edita dos números (11 y 12) destinados a recopilar las ponencias; en el primero se encuentran agrupados varios

autores, bajo el título Investigación, Mensajes y Audiencia; el segundo titula Medios, Comunicación y Desarrollo.

En este encuentro Pilar Núñez indica que las investigaciones en el Ecuador son...

...investigaciones descriptivas, que, en su mayoría, privilegian lo cuantitativo, dan cuenta de lo fenoménico y se autodenominan "investigación" a pesar de ser trabajos instrumentales, de recolección de datos que no explican el objeto de estudio, ni su interrelación con los otros elementos. Y si se intentan explicación, éstas no rebasan el flujo mecanicista de causa a efecto. Aquí la historia no juega ningún papel, salvo la cronología de hechos. (CIESPAL, 1993,26)

---

6 Las premisas de trabajo para este encuentro son:

A.- El mejoramiento de la calidad de vida de la población y los proyectos de desarrollo que están íntimamente ligados a programas de comunicación participativa y autogestionaria, en donde la investigación comunicacional ofrece pistas y enrumba los objetivos de tales proyectos.

B.- La investigación comunicacional es inherente a todo proyecto o programa de desarrollo y, por lo tanto, debe involucrar a todos los sectores de la sociedad, así como a todos los medios de comunicación colectiva. (CIESPAL, 1991,100)

7 Ver Documento Final Encuentro de Investigadores de la Comunicación, 1991.

Buena parte de las investigaciones realizadas en el país se relacionan con el análisis de contenido, la cuantificación de las audiencias, se estudia las mejores opciones para la difusión de los mensajes informativos, se analizan los códigos, morfología de los medios impresos, los efectos de los mensajes publicitarios, niveles de acceso a los medios de información, formas de percepción de mensajes, inventarios de medios, ofertas comunicacionales de los medios, entre otros.

Quito por muchos años albergó las matrices de muchas organizaciones vinculadas con la comunicación: CIESPAL, OCIC-AL, UNDA-AL, UCLAP, AMARC, ALER, PROA, OCLACC y el Proyecto Latinoamericano para Medios de Comunicación de la Friedrich Ebert Stiftung; sin embargo, su aporte ha sido mínimo al desarrollo de la investigación en comunicación del Ecuador.

A partir de la década de los noventa, con la creación de postgrados en Comunicación en las Universidades Andina, FLACSO y PUCE, se busca dirigir las tesis de

maestría de acuerdo con las líneas de investigación de cada institución; estos esfuerzos siguen siendo aislados del contexto nacional.

La falta de organismos nacionales que establezcan políticas de investigación, la escasa organización de las Facultades y Escuelas de Comunicación, el insuficiente diálogo entre los investigadores de la comunicación han motivado la atomización de la investigación, que se diferencia de las investigaciones de la región que, por lo general, apuntan a una comprensión de lo específico dentro de lo global, a partir de la utilización creativa de los paradigmas de las ciencias sociales y de la estructuración de una escuela mestiza, a decir de Marques de Melo, que se inscribe en una promisoriosa apertura a la investigación total. (Torrico 1997, 49).

De este breve recuento de los trabajos publicados en investigación de la comunicación, a modo de conclusión, diríamos que en este campo se ha realizado de forma fragmentada, sin seguir estrategias y líneas de investigación a nivel nacional que orienten hacia un fin. ●

## BIBLIOGRAFÍA

- Albuja Galindo, José, El periodismo en la dialéctica política ecuatoriana, Ed. Talleres Gráficos, Quito, 1979.
- Arias, Augusto, El periodismo ecuatoriano, Ed. Talleres ECI, Quito, 1938.
- Castro, Néstor, Freire, Roberto, La investigación de la Comunicación, ponencia, PUCE, Quito, 1999.
- Cárdenas Reyes, María Cristina, Variedad y registros de las formaciones discursivas en Cuenca, Universidad de Cuenca, Cuenca, 1986.
- Dávila de Vega, Gloria, Comunicación educativas para áreas rurales de Quito, Ed. Belén, Quito, 1986.
- CIESPAL, Radiodifusoras en el Ecuador, sueldos y salarios, Ed. CIESPAL, Quito, 1961.
- \_\_\_\_\_, Investigación, mensajes y audiencias, Ed. CIESPAL, Quito, 1993.
- \_\_\_\_\_, Medios, comunicación y desarrollo, Ed. CIESPAL, Quito, 1993.
- \_\_\_\_\_, Encuentro de Investigadores de la Comunicación, Documento Final, Ed. CIESPAL, Quito, 1991.
- De Moragas, Miquel, Teorías de la Comunicación, Ed. G.Gili, México, 1981.
- Fauchois, Anne, Mass Media et Ecole en Amerique Latine a Propos de une intervention psycopagogique en Equateur, Quito, 1979
- \_\_\_\_\_, El Quichua Serrano frente a la comunicación moderna, Ed. Abya Yala, Quito, 1988.
- Galindo Cáceres, Jesús, y otros, Comunicación, ciencia e historia, Ed. Mc Graw Hill, México, 2008.
- López Herman, Bolívar, Influencia de los medios de comunicación de masas en la opinión pública y mentalidad del país, Ed. Talleres gráficos Nacionales, Quito, 1976
- Mantilla, Carlos, La libertad de prensa y la situación de pueblo ecuatoriano, Ed. UNP, Quito, 1957.
- Marques de Melo, José, Investigación de comunicación: Tendencias de la Escuela Latinoamericana, ALAIC, 1992.
- Merino, Jorge, La publicidad en diarios del Ecuador, Ed. CIESPAL, Quito, 1977.
- Ortiz, Benjamin, ¿La publicidad: freno al desarrollo?, Ed. CIESPAL, Quito, 1974.
- Otero, Gustavo Adolfo, La cultura y el periodismo en América, Ed. Liebmann, Quito, 1953.
- Paz Gallegos, Santiago, Metodología de investigación en literatura popular: una reflexión sobre la poética popular desde la antropología y la semiótica, Ed. Instituto Andino de Artes Populares del Convenio Andrés Bello, Quito, 1987.
- Roig, Arturo Andrés, La publicidad en diarios del Ecuador, Ed. Banco Central del Ecuador, Quito, 1987.
- Samaniego, Ramiro, Primer estudio especializado de sintonización de la radio en Quito, mimeografiado, Quito, 1968.
- Sánchez, Carlos, La imprenta en el Ecuador, mimeografiado, Quito, 1935.
- Sánchez Parga, José, Aprendizaje, conocimiento y comunicación en la comunidad andina, Quito, 1988.
- Torrico, Erick, La Tesis en Comunicación, Ed. Artes Gráficas, La Paz, 1997.





# Jirones en el alma del periodista investigador<sup>1</sup>

---

Mayra Aguirre Robayo\*

## RESUMEN

**E**l periodismo de investigación es una de las actividades esenciales de la información de calidad, que permite al lector ser crítico y mayor conocedor de lo que sucede en todos los ámbitos sociales. Afecta el poder político y le obli-

ga a la institución pública a rendir cuentas a la sociedad.

## PALABRAS CLAVE

- Investigación periodística
- información
- Watergate
- Periodismo.

---

1 El título está inspirado en el libro de Oriana Fallaci. "Entrevista con la historia".

\* Docente de la Facultad de Comunicación Social (FACSO) de la Universidad Central del Ecuador. Promotora Comunicacional del CDI (Centro de Desarrollo Integral). Integrante de la Cátedra Andina- CIESPAL. Integrante-fundadora de la Sociedad Ecuatoriana de Estudios e Investigaciones Interdisciplinarias de la Comunicación (SEICOM). Magister en Literatura por la Universidad Andina Simón Bolívar. Socióloga, Universidad Central del Ecuador. Periodista, Universidad Central del Ecuador. Diplomada en Comunicación y Género, Instituto José Martí La Habana- Cuba. Coautora del libro sobre Danza del Ecuador.

### El periodismo de investigación: a modo de introducción

La característica básica del periodismo es la investigación. La búsqueda de referencias sobre hechos, instituciones y protagonistas es esencial. Inclusive, en la premura del trajín cotidiano, la prensa masiva moderna requiere de todo un proceso intelectual y práctico de seguimiento informativo como parte de la cobertura de fuentes de los diversos géneros periodísticos; sea de un medio convencional o digital.

En el periódico *El País* (10-10-96), el escritor colombiano Gabriel García Márquez enfatiza que la investigación no es una especialidad del oficio, sino que todo el periodismo debe ser investigativo por definición.<sup>2</sup>

La actualidad noticiosa de los diferentes eventos sociales es la materia prima de la prensa. Si bien la novedad, veracidad, periodicidad, interés público, entre

otros, son los condicionantes básicos para generar información, el periodista se diferencia del historiador porque no persigue una serie de hechos, sino un hecho único.

### Un ejemplo paradigmático

En efecto, vale la pena recordar el ejemplo paradigmático del caso *Watergate*, que tomó el nombre del edificio donde se produjo el espionaje del partido Republicano, para permitir la reelección presidencial de Richard Nixon, mediante el espionaje al partido Demócrata de los Estados Unidos de Norteamérica. Sin embargo, es el periódico *Washington Post* el que investiga el caso por dos años hasta conseguir su destitución presidencial. Y son Carl Bernstein y Bob Woodward los periodistas insignes –siempre nombrados –, quienes logran ubicar a la prensa –en su momento– como el cuarto poder, luego del ejecutivo, legislativo y judicial del sistema representativo burgués.

2 Caminos, Marcel, José María, (1997), *Periodismo de Investigación Teoría y Práctica*, Madrid, Síntesis, p.13.

Tal fue el renombre de *Watergate* que se han realizado tres películas: *Todos los hombres del presidente*, de Alan J. Pakula;<sup>3</sup> *Nixon*, de Oliver Stone<sup>4</sup>, y *Frost contra Nixon* de Ron Howard<sup>5</sup>.

Pakula se centró en el libro de los protagonistas. Destapó no sólo las implicaciones de la Casa Blanca en un caso de espionaje en el Comité Electoral de los Demócratas, sino que resaltó los intentos desesperados de Nixon por entorpecer la justicia. Este filme evidencia que reservar las fuentes para los periodistas es básico, para avanzar en la investigación, que en este caso duró alrededor de dos años. El apodado *Garganta Profunda* (nombre tomado de una película pornográfica de la época) era el número dos

del FBI hasta 1973, cuyo nombre se reveló solamente en 2002, Mark Felt; fue la persona que con su información permitió desenredar el caso, que al inicio apareció como un suceso de crónica roja, cubierto por Carl Bernstein.

En la otra versión fílmica, Stone vislumbra a un Nixon manipulador, atado por las críticas del caso de *Watergate*, y demandado por la juventud norteamericana para que no continúe con la guerra con Vietnam. Vale resaltar la genial actuación de Anthony Hopkins como Nixon; revela un personaje histórico y acosado por los periodistas del Washington Post.

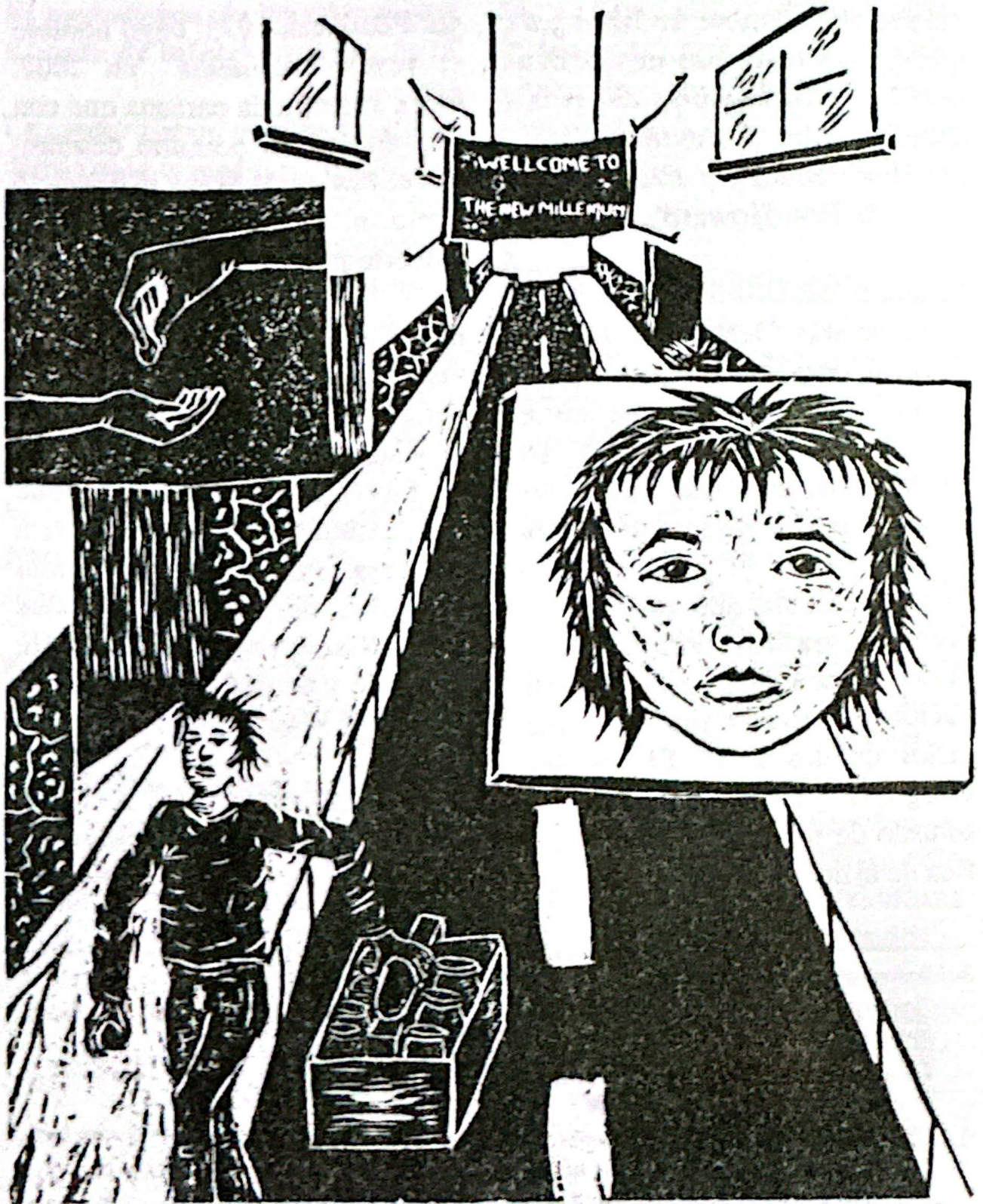
En la película más reciente, Howard realiza una adaptación de la obra teatral de Meter Morgan

3 Todos los hombres del presidente se filmó en 1973, 136 minutos, guión de William Goldman, música de David Shire, actores: Robert Redford ( Bob Woodward) y Dustin Hoffman ( Carl Bernstein).

Gano 4 Oscars: mejor actor secundario Jason Robard: actúo como editor ejecutivo Ben Bradlee.

4 Nixon se filmó en 1995, 190 minutos, guión de Oliver Ston, Stephen J. Rivele, Christopher Wilkinson; música John Williams, el actor Anthony Hopkins interpreta a Richar Nixon. Tuvo 4 nominaciones al Oscar la actriz secundaria Joan Allen.

5 Front/ Nixon ( es el título original), 2008, 122 minutos, guión de Peter Morgan, música de Hans Zimmer. Tiene 5 nominaciones al Oscar: mejor película, drama, entre otras.



WELCOME TO THE NEW MILLENIUM  
Carlos Aguirre

sobre la serie de entrevistas del periodista David Frost al presidente Nixon en 1977. Luego de tres años del bullado caso, el ex presidente aceptó hablar de *Watergate*.

La entrevista, como todos los géneros periodísticos, tiene la necesidad de interpretar y representar lo real noticioso. Como método bucea de forma sucesiva la realidad social y sus protagonistas para informar, comentar y crear la opinión pública.

Las adaptaciones al cine del caso *Watergate* nos hacen mirar el valor del periodismo investigativo. En estos textos audiovisuales miramos la importancia de la entrevista, como una de las técnicas que utiliza el periodismo investigativo; precisamente porque este género puede comprenderse como una variedad del reportaje, por su capacidad de acercarse a una persona y conducirla hacia la opinión pública como una versión concentrada, dramatizada, que escoge lo más interesante de lo ocurrido, y hasta retoca lo sucedido para ajustarse a las necesidades del tiempo y el espacio de los mass media.

### Oriana Fallaci y sus jirones en el alma

Otro ejemplo de validación del periodismo investigativo, aunque es más solitario, constituye las entrevistas a personalidades internacionales del mundo que realizó la periodista italiana Oriana Fallaci, y que las recoge en su libro *Entrevista con la historia*.

Su trabajo periodístico es de gran interés para el receptor contemporáneo porque encara la vida, los testimonios y las opiniones de personalidades de calibre internacional, que evidencian formas de ser de líderes políticos reconocidos.

En el prólogo, Fallaci enfatiza que su trabajo va a caballo entre el periodismo y la historia. No se siente una fría registradora de lo que escucha y lo que ve. Su experiencia profesional le deja *jirones en el alma*. Se comporta oprimida por miles de rabias e interrogantes ante el poder político. Se niega a aceptar que nuestra vida dependa de unos pocos. Ama y teme el periodismo porque se puede escribir, fotografiar, filmar en caliente. Se pregunta: "¿Qué otro oficio permite

vivir a uno la historia en el instante mismo de su devenir y también ser un testimonio directo?"<sup>6</sup>.

La periodista arremete contra su propia sensibilidad y afirma que en cada acontecimiento o encuentro importante siente angustia y miedo de no tener bastantes ojos, oídos, cerebro para ver, oír y comprender como una carcoma infiltrada en la madera de la historia. Revela la humanidad contundente que debe poseer todo periodista que ama su profesión y valoriza su carácter investigador.

A Henry Kissinger –uno de sus conspicuos entrevistados-, que por entonces la crítica internacional lo motejaba el *Superman*, *Superstar* y *Superkarut*, Fallaci lo tilda de *James Bond*: aunque no salte del automóvil, no dé puñetazos, ni dispare; pero sí aconseja guerras. Kissinger era Secretario de Estado de Richard Nixon; había gestionado encuentros con el líder chino

Mao Tse-tung; había relacionado a Estados Unidos con la Unión Soviética, y se manejaba con soltura en medio de la guerra de Vietnam. Le denominaban (Fallaci) la nodriza de Nixon. Los apelativos enfadaron a Kissinger y conflictuó a la periodista públicamente. Ella estaba dispuesta a enfrentarlo hasta con la justicia, pues contaba con las grabaciones de las diversas entrevistas realizadas: avatares que demanda el periodismo de investigación seria.

### Más criterios

Otra de las mujeres destacadas en el periodismo es Rosa Montero, si bien ella es más escritora. Sus editoriales en el periódico El País de España reflejan cómo la observación detenida de los avatares sociales es parte del periodismo investigativo. En uno de sus editoriales<sup>7</sup>, *Mendigo*, alcanza su crítica a las advertencias de las informaciones municipales que

6 Fallaci, Oriana, *Entrevista con la historia*, Barcelona, (1986) Noguera, p.9-10. Entrevistó a: Henry Kissinger, Yasser Arafat, Indira Gandhi, Guilio Andreotti, Willy Brandt, Helder Camara, Alejandro Panagulis, entre otros.

7 Montero, Rosa, *La vida desnuda* (2001) España, Santillana, p.63-64.

han profesionalizado la mendicidad. Se creía que los pobres – afirma – “eran unos canallitas que se enriquecen despampanantemente a golpe de limosna y despapajo”. Resulta que la mujer al quedarse viuda, comprendió que pidiendo limosna ganaría más que su difunto limpiando el asfalto. El sentido de observación que demuestra Montero revela la capacidad que debe tener la prensa de mirar los conflictos en su profundidad humana.

No adentrarse en los conflictos y sus causas es inmiscuirse en el periodismo administrativo, como lo denomina José Hernández<sup>8</sup>. Reclama que los medios de comunicación no escrutan la realidad periodística, no componen un menú informativo; no son imaginativos. Hernández critica que las redacciones se centran en cubrir ruedas de prensa, y que se alejen de sistematizar con largo aliento todas las capacidades investigativas.

Caminos<sup>9</sup> lo denomina, en cambio, periodismo de transcripción:

los periodistas pasan a ser taquígrafos del devenir social, porque no hay búsqueda de fuentes ni se contrastan los datos.

Este tipo de actitud impide que en la prensa se desarrolle, aquello que es esencial del periodismo de investigación (PI) y que adquiere su máxima expresión cuando afecta a las estructuras del poder y su ámbito se extiende a cualquier faceta de la actividad humana. Por lo tanto, las tareas noticiosas cotidianas deben adoptar otra actitud y actividad. Si bien no tienen el alcance del denominado periodismo investigativo, la búsqueda de varias fuentes es una de las máximas éticas de la información.

La investigación de la prensa es parte del proceso organizado por los sujetos-periodistas, en virtud de lo conocido, de la trama de acontecimientos objetivados en la conciencia ciudadana. Demanda una percepción de una particularidad totalizadora de lo social desde las salas de redacción, que apuntan a una edición analítica y

8 Hernández, José, *Periodismo ¿Oficio imposible?*, Quito, (2004) CIESPAL, p 23-26.

9 Op.Cit., p. 14.

fragmentada de las diversas actividades socio-política y culturales del devenir histórico.

### **Algunas demandas del periodismo de investigación**

El periodismo de investigación (PI) establece, entre otros, requerimientos básicos para propiciar un buen trabajo:

1. Demanda establecer la información mediante la verificación documentada de los hechos o situaciones relacionadas con el derecho, la ética, el bienestar social, individual y público.
2. Evidencia los nombres y apellidos de personas o con los nombres concretos de instituciones que afecten el bienestar social.
3. Verifica todo el proceso de investigación con un sistema de doble contraste de datos, con utilización de documentos y recursos permanentes a fuentes independientes, con el fin de llevar a cero el margen de error.

4. Rompe las fuentes oficiales implicadas en los temas, y los fuerza a responder de sus actuaciones ante la opinión pública.

Bajo esta perspectiva:

- a) La investigación periodística se ejercita sobre un campo específico que ciertos actores sociales quieren mantenerlo oculto.
- b) La revelación de los resultados se configura y se decide como un comportamiento no rutinario de la prensa.
- c) Las publicaciones se plantifican bajo diferentes géneros y fechas que permitan la plenitud de su información a la ciudadanía.
- d) Toda información de los mass media realizada con ética y por el bien común es parte de la noción de libertad de la información reconocida en 1946 por las Naciones Unidas.

La Corte Interamericana de Derechos Humanos, en 1985,





## LUGARES

Danilo Alvarado

hace referencia al derecho de buscar recibir información.

La investigación supone del periodista un trabajo a largo plazo.

**¿Qué está ocurriendo en Ecuador?**

Lamentablemente, en el país no existe esta ética en el trabajo de prensa, en términos generales. Sin

embargo, cabe resaltar la investigación reciente realizada por los periodistas del diario Expreso y dirigida por Cristian Zurita, que reveló, de manera trágica, cómo Fabricio Correa Delgado (hermano del Presidente de la República, Rafael Correa Delgado) consiguió contratos de 180 millones de dólares con el Estado, en flagrante contradicción con el Art. 62 de la Ley de Contratación Pública, que impide que los parientes de los funcionarios del Estado establezcan contratos públicos.

Otra investigación alentadora es el libro de Arturo Torres *El juego del Camaleón. Los secretos de Angostura*, de Editorial Eskeletra, con tres ediciones (3000 ejemplares). Su investigación es reveladora; la inicia luego del bombardeo de Colombia al campamento de Angostura (1,03,2008), en territorio ecuatoriano, cuyo objetivo principal era asesinar al comandante número dos de las FARC (Fuerzas Armadas Revolucionarias), Raúl Reyes. Ataque que significó, también, la

muerte de 24 personas que se encontraban en el campamento. Torres, en su afán investigativo recorre Ecuador, Colombia y Venezuela; realiza 70 entrevistas, revisa 2000 documentos. Organiza la información por temas en carpetas físicas, en 10 libretas de apuntes, 20 casetes, 15 archivos de grabadoras digitales, 800 documentos digitales, fotografías, mapas, infografías, entre otros.

La conclusión que saca Torres es que el ataque a Angostura fue el resultado de un proceso minucioso y persistente de espionaje. Las FARC fueron penetradas en varios niveles. Revela parte de los conflictos fronterizos del país con Colombia; recordemos que Ecuador es uno de los países que recibe más refugiados colombianos que otros países.

Estas investigaciones nos permiten reflexionar con Hernández<sup>10</sup> sobre los paradigmas y modelos explicativos que sirven para construir y visualizar el mundo. Demanda respetar el sujeto perio-

10 Op. Cit., p.35-37.

dístico - la realidad -. Implica reportear en forma desprejuiciada; escarbando los hechos sin que intervengan las pasiones y los sentimientos, sino el cruce de varias fuentes y la dosificación de datos que nos permitan como sociedad contemporánea conocer a plenitud las causas, las circunstancias de la información, y así cumplir con los postulados del PI. En el Primer Seminario Internacional de CIESPAL Medios Públicos Ciudadana y Democracia (septiembre 2009)<sup>11</sup>

se criticó la inexistencia generalizada de medios públicos. Se constató, más bien, que son gubernamentales. En este sentido no están capacitados, tampoco, para incursionar en el PI, ya que este tipo de periodismo cuestiona el poder público y le hace rendir cuentas a la sociedad.

Sin embargo, cabe resaltar que la radio pública, a diferencia de el periódico El Telégrafo y Ecuador TV, está inspirada en el *periodismo de intermediación* inspirado

11 La editorialista del periódico Hoy, Alexandra Ayala y Directora de Investigación de CIESPAL informó en el Seminario y, posteriormente, editorializó la investigación sobre medios públicos en Ecuador: "La pregunta fue planteada hace un mes a la ciudadanía de diversos estratos sociales y edades en Quito y Guayaquil, como punto de partida de una encuesta sobre la percepción que existe en el país sobre los medios públicos, aunque vieja realidad en otros de América Latina y sobre todo de Europa, donde particularmente la radio y la televisión nacieron como tales. El 88% entre las dos ciudades, respondió que sí. Cuando a este mismo universo de 800 personas, mujeres y hombres en número similar, se les pidió que mencionaran uno, pudo hacerlo el 51%, bastante más en Guayaquil que en Quito. De entre estas personas, el primer nombre que mayoritariamente saltó a la memoria fue Ecuador TV, bastante más en Quito (48%) que en Guayaquil (32%). Sin embargo, también se mencionaron dos de los canales incautados, sobre los que no hay certeza de si pasarán o no definitivamente a manos del Estado, y otros canales y diarios de propiedad privada. Entre los medios públicos se mencionaron también El Telégrafo y la Radio Pública, pero en bastante menor proporción que el canal público (8 y 3%, respectivamente); pero la Radio no fue nombrada en Quito mientras un 3% sí lo hizo en Guayaquil. En la capital, al contrario, la Radio Municipal fue la que saltó a la memoria del 2% de las personas encuestadas.

en Ignacio Ramonet (Director de Le Monde Diplomatic), que le permite al medio informativo dar prioridad a la vocería de la gente, acercarse a las diversas actividades de la ciudadanía. Evita, así, el *periodismo de caudillismo* y abre franjas informativas que incluyen la interculturalidad, el arte, la cobertura del deporte como de las noticias desde las perspectivas reales de la ciudadanía. Se tomó a la BBC de Londres como un ejemplo digno de imitarse: Se recordó su posición firme contra la invasión de Las Malvinas argentina durante el gobierno de Margaret Thatcher.

Si los medios públicos pertenecen a la sociedad, tienen más obligación que los privados de priorizar el PI. La prensa privada más se debe al mercado y cuida sus ganancias empresariales. Este es un mal del capitalismo moderno.

### A manera de conclusión

Podemos concluir diciendo que el periodismo de investigación es un proceso - también - de artesanía intelectual. El periodista está relacionado con el investigador

social, por su oficio especializado en la búsqueda de datos que le permiten cultivar el archivo informativo de los diversos andariveles de la sociedad.

En el proceso de investigación se recomienda:

1. Definir el método de trabajo
2. Distribuir las tareas por realizar
3. Fijar prioridades
4. Establecer el tipo de fuentes
5. Elaborar las entrevistas
6. Evaluar permanente del estado de la investigación
7. Considerar el tiempo necesario para el proceso investigativo
8. Reflexionar sobre las fuentes por investigar
9. Invertir los recursos económicos y técnicos indispensables
- 10 Analizar permanentemente las dificultades investigativas.

Otra de las características fundamentales del periodista investigativo es no desechar la intuición, ya que es parte del olfato periodístico y sentido especial que alerta al investigador. Buscar y seguir las pistas es una de las reglas básicas del PI.

La reflexión final es salvaguardar el periodismo de calidad convencional o digital. No angostar las metas periodísticas, ni relativizar los principios para que no pierdan la confianza de los lectores. Los medios sólo pueden motivar al público con información y docu-

mentos que transformen al lector en un sujeto social crítico, con investigaciones más contrastadas y más reposadas del devenir nacional. De esta manera, se cumple el valor real de los medios informativos: mediar entre el sistema político y el ambiente social. ●

---

## REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Camino, José María (1997), *Periodismo de Investigación*, España, Síntesis.
- Gomis, Lorenzo, (1991), Barcelona, Paidós.
- Fallaci, Oriana (1986), España, Noguer.
- Fontcuberta, Mar de (1998), Buenos Aires, Paidós, 3era. ed.
- Hernández, José, (2004), *Periodismo: ¿oficio imposible?*, Quito, Quipus, CIESPAL.
- Mendel, Toby, (2009), *El derecho a la información en América Latina*, Quito, UNESCO.
- Montero, Rosa (2001), España, Punto de Lectura.
- Torres, Arturo (2009), *El juego del Camaleón. Los secretos de Angostura*, Quito, Eskeletra.
- Wright, Mills (1961), *La imaginación sociológica*, México, FCE.



## Propuestas metodológicas

Photocopy from [illegible]



# La narración audiovisual

## Presupuestos teórico-metodológicos

Alberto Pereira Valarezo\*

### RESUMEN

**E**nmarcado en la Teoría de la Enunciación, de Émile Benveniste, y con el sustento teórico de reconocidos autores clásicos y contemporáneos, el artículo aborda la narración como categoría clave de los sujetos, de entre

los cuales la narración audiovisual –en esta propuesta– destaca un “meganarrador” que, al mismo tiempo que muestra y narra, busca la complicidad de un sujeto narratario para producir sentidos, desde un punto de vista particular denominado focalización, a través de un relato que nos cuenta una historia.

\* Vicedecano y profesor de lenguaje, lingüística y semiótica en la Facultad de Comunicación Social de la Universidad Central del Ecuador. Profesor de posgrado en la Universidad Andina Simón Bolívar. Miembro fundador de la Fundación Ecuatoriana de Educomunicación.

**Obras publicadas:** "Semiótica y Comunicación", "Lingüística para Comunicadores" (compilación), "Semiótica: Estrategia Educativa" (compilación), "Guía para el Estudio de Textos de Semiología", "Claves Semióticas de la Televisión", Serie Magister Nro. 82, Ediciones Abya – Yala, Quito, 2008.

**Investigaciones:** Influencia quichua en el léxico de Zaruma, Discurso televisivo y narrativo audiovisual: perspectivas hermenéuticas de la enunciación, Análisis de mensajes sobre abuso sexual a niñas y adolescentes mujeres, en siete medios impresos del Ecuador.

## PALABRAS CLAVE

- Narración
- Sujetos
- Tipologías
- Narrador
- Focalizador

## PARTE DE UN TODO

La propuesta que ponemos a consideración de nuestros lectores tiene como objetivo exponer uno de los varios aspectos de la dimensión narrativa que, conjuntamente con la dimensión discursiva, constituyen los dos pilares sobre los cuales se ha fundado la Teoría de la Enunciación. Intenta ser una exposición metodológica de la **narración**, únicamente; puesto que la dimensión narrativa implica también el **relato** y la **historia**. Además, si bien asume la generalidad narratológica, su objetivo final es la **narración audiovisual**. Los contenidos —con las adaptaciones del caso— corresponden a la tesis de maestría del autor, denominada *Discurso televisivo y narrativa audiovisual: perspectivas hermenéuticas de la enunciación*.

## LA NARRACIÓN

La tercera gran categoría de la estructura narrativa, conjuntamente con el **relato** y la **historia**, es la narración. Instancia comunicacional trascendente que, desde la perspectiva de la teoría de la enunciación, se estatuye como en una especie de pinza que tiene la facultad de unir o conectar los diversos aspectos de la estructura narrativa, dado que es la más discursiva de las categorías narrativas y, además, es la que mejor representa y consolida la perspectiva de la Teoría de la Enunciación; es la que, propiamente, se ubica en el entorno de la enunciación, y no del enunciado, como sucede —en términos amplios— con el relato y con la historia narrativa.

Así resulta, entonces, que de entre las categorías estudiadas, la narración es la de más reciente data; visualizada, precisamente, a partir de la concepción de Èmile Benveniste, primero en las reflexiones lingüísticas y literarias y, ahora también, en los lenguajes audiovisuales. Si bien los avances y producción no han sido especta-

culares, su matriz teórico-conceptual es, definitivamente, prometedora y de inmensas proyecciones; tanto que los estudios contemporáneos del tema han repercutido en forma notable en la lingüística trascendente, como es el caso de la pragmática y el reforzamiento y despegue de una nueva hermenéutica, como cuotas relevantes para los estudios de la comunicación de nuestros días.

Consecuentes con lo expuesto hasta aquí, es el momento de destacar y confirmar, en primer lugar, la concepción de este gran narratólogo francés, Gérard Genette, quien ha definido la narración, como “*el acto narrativo productor, y, por extensión, el conjunto de la situación (real o ficcional) que relata*”.<sup>1</sup> Visión que implica, por una parte, dar cuenta de las estrechas relaciones entre enunciado y enunciación y la consecuente presencia de agentes enunciadores; y, por otra, comprender la importancia del acto de narrar, de las circunstan-

cias en las cuales se producen dichos actos, qué instancias narrativas intervienen para que la enunciación se produzca y, de esta forma, se concrete en enunciados o textos narrativos.

Como se puede advertir, el involucramiento de las dos grandes dimensiones de la enunciación y sus consecuentes implicaciones van a dar paso, de hecho, a la presencia de una serie de factores clave, y también complementarios, que es necesario ir desglosando.

En tratándose de la narración audiovisual, no solamente debemos estar preocupados por los sujetos de la enunciación, como es —en términos generales— el caso planteado por Ducrot, cuando, con razón, esgrime la necesidad de considerar la polifonía proveniente del sujeto empírico, del locutor y del enunciadore; sino que es pertinente tomar en cuenta, además, factores como la instancia narrativa, las relaciones entre

<sup>1</sup> Gérard Genette, citado por M. E. Contursi y F. Ferro (2000: 42)

autor, narrador y personajes, el punto de vista, entre otros aspectos.

En primer lugar, es oportuno recordar aquí que los lenguajes audiovisuales están constituidos por sustancias expresivas distintas: lenguajes oral y escrito, imagen en movimiento, música y efectos de sonido. Su presencia, generalmente simultánea, tiene implicaciones semióticas de todo orden (semánticas, sintácticas, pragmáticas), sin dejar de mencionar las complejidades técnicas y humanas que la producción de los textos audiovisuales pudiesen tener. Pero, de todo ello, dos son los elementos de más alta incidencia significativa: el lenguaje verbal y la representación icónica; sustancias que ya en la metalingüística de la retórica griega (Plantón y Aristóteles) –consideradas las distancias y el tipo de representación – se homologan con la **diégesis** y con la **mimesis** (como representación o imitación de acciones). Es, en definitiva, la posibilidad y la concreción de la **narración** y de la **mostración** en los actuales lenguajes audiovisuales, como lo han demostrado

Gaudreault y Jost al hablar del cine (1995: 32 y sig.).

Con lo anteriormente referido, lo que queremos significar –grosso modo– es que en los textos audiovisuales podemos **ver**, literalmente, las representaciones de las personas, de sus acciones, emociones. Observamos objetos, espacios; es decir, se nos muestra lo que el narrador quiere que veamos; cosa que en la literatura hay que describir con palabras para que el lector se las imagine (**diégesis**). De allí que se haya afirmado que en los relatos audiovisuales, pensados desde la preponderancia de la imagen, la *“mimesis es diégesis”*: *“Se representa la acción y en esa representación, que es el relato icónico, se da verdadera narración, porque sus códigos textuales remiten igualmente a los códigos de la percepción del mundo natural”* (J. García Jiménez, 1996:181).

Pero hay que advertir que la percepción aparente del mundo natural, donde el espectador tiene la sensación de estar frente a la realidad concreta, va a variar de



ROSTRO  
M.B. Viteri

manera notable entre una persona y otra, debido a causas

como las pocas, medianas o muchas competencias que el espectador pueda tener sobre el lenguaje y la enunciación cinematográficas y, también, por las condiciones sociales, culturales, étnicas, de género, y hasta de época en la cual vive el enunciatario, por una parte; y, por otra, por las condiciones o instancias de enunciación que convergen en la producción audiovisual.

A trancos largos, esto nos lleva a pensar y reafirmar la tesis que hemos venido sosteniendo desde hace bastante tiempo, que propone la necesidad de asumir la comunicación como una producción significativa compartida por los sujetos de la enunciación; presupuesto epistémico que valida una posición que intenta recuperar, en gran medida, la calidad creadora, “modelo” —en la concepción de Eco—, recreadora y co-responsable de la interacción humana en los diferentes entornos.

## LOS SUJETOS DE LA NARRACIÓN

La afirmación de que “*No hay relato sin instancia relatora*” (A. Gaudreault y F. Jost, 1995: 47), que bien puede equiparse con una propuesta más generalizada de que *no hay comunicación sin sujetos*, nos pone frente a un problema central que algunas corrientes han querido evadir: la recuperación del sujeto en sus diferentes dimensiones y potencialidades interactivas (emotivas, corporales..., semióticas).

## LA TIPOLOGÍA DE LOS SUJETOS DE U. ECO

Situados en las demandas semióticas de este aspecto de la investigación, hay que convenir –siguiendo a Umberto Eco– que la enunciación narrativa presupondría, al menos, cuatro elementos o instancias subjetivas: “*el autor empírico, el autor modelo (o narrador), el lector empírico y el lector modelo (o narratario)*”.<sup>2</sup>

De la lectura de “*Lector in Fabula*” –sin entrar en los pormenores de las acostumbradas disquisiciones teóricas del semiótico italiano–, se puede inferir que el **autor empírico**, o autor –simplemente–, es una persona o personas con nombres y apellidos, que en las obras literarias aparecen como autores de esos libros, y que en las películas y en producciones audiovisuales

–en general– se los identifica como los productores y directores biográficos. Lo que significa que son sujetos con competencias narrativas específicas; pero cuyas actuaciones o *performance* –para usar un término chomskyano– sólo podrán ser ejecutadas por una categoría intratextual como el *autor modelo*, o autor implícito, según la terminología de otros.<sup>3</sup> En todo caso, **el autor empírico es un sujeto de la enunciación.**

El correspondiente sujeto en la distribución del otro polo enunciativo del autor empírico es el **lector empírico**, que se encuentra representado por personas naturales que han decidido leer una novela, por mencionar algo, o mirar una película, un relato audiovisual –solos o en compañía–; personas sobre las cuales se vuelca el interés editorial o

<sup>2</sup> Umberto Eco, citado por M. E. Contursi y F. Ferro (2000: 53).

<sup>3</sup> Al respecto, existen una serie de análisis y confrontaciones teóricas y metalingüísticas que evidencian que las cosas aún no se ha ventilado lo suficiente, pues las mismas interpretaciones de los actores de estas discusiones, no son suficientemente claras. Para quienes deseen ampliar sobre la temática se recomienda, entre otros, la obra (citada aquí) de Antonio Garrido Domínguez, quien le da un tratamiento bastante didáctico a los sujetos de la narrativa literaria.

comercial de los productores, en una sociedad de consumo; pero que, al mismo tiempo, se les suele proveer de ciertas pistas inferenciales o de códigos interpretativos que les faciliten el entretenimiento, o para que, al menos, no defecionen en interpretaciones aberrantes; que es como queremos entender aquella metáfora de los *paseos inferenciales* propuesta por Eco, cuando ha expresado que:

En la narrativa sucede que el texto presenta verdaderas señales de suspense, casi como si el discurso moderara el paso o incluso frenara, y como si el autor sugiriera: “y ahora intenta seguir tú...”. Cuando hablaba de paseos inferenciales me refería, en los términos de nuestra metáfora forestal, a paseos imaginarios fuera del bosque [narrativo]: el lector para poder prever el desarrollo de la historia se remite a su experiencia de la vida, o a su experiencia de otras historias (Eco, 1996) (M. E. Contursi y F. Ferro, 2000: 36).

A fuerza de ser reiterativos – por los afanes didácticos del artículo–,

bien podríamos confirmar algunos presupuestos a través de este semiótico italiano y, al mismo tiempo, introducir otra de las categorías subjetivas, mediante la siguiente cita:

Pero no siempre el Autor Modelo es tan fácil de distinguir: con frecuencia el lector empírico tiende a rebajarlo al plano de las informaciones que ya posee acerca del autor empírico como sujeto de la enunciación. Estos riesgos, estas desviaciones vuelven a veces azarosa la cooperación textual (U. Eco, 1993: 90).

Antecedidos de esta realidad, veamos, entonces, qué implica y cuál es la incidencia del **Autor Modelo** en el andamiaje de la enunciación narrativa. Eco, en realidad, no es totalmente explícito sobre el asunto; mas, sus ejemplos y algunas referencias nos permiten entrever y entender el alcance de esta categoría; e, inclusive, hasta relacionar esta lexía con otras que circulan en obras de otros investigadores, como es “*autor implícito*”, y “*lector supuesto*”, que el mismo Eco ha

señalado.<sup>4</sup> De esta manera, el Autor Modelo se lo puede conceptualizar como una construcción textual, una presuposición dialécticamente atribuible al Lector Modelo, cuya configuración va a depender de formas de cooperación textual<sup>5</sup> y decodificaciones semióticas competentes del Lector Modelo.

En consecuencia, el Autor Modelo supone una estructura de enunciación, en donde son muy importantes los otros sujetos; pero también las *circunstancias de enunciación* (históricas, temporales, culturales, etc.). Así el Autor Modelo aparece como "*una estrategia textual, una realidad programada*",<sup>6</sup> un sujeto producto de la interpretación; criterio —este último— que es necesario no perder de vista por-

que, de esta forma, Eco nos está recordando su preocupación por el polo del enunciatario; elemento co-responsable de la producción de sentidos, junto al enunciador.

En palabras del semiótico referido, destaquemos, pues, dos citas —talvez las únicas explícitas— en torno de esta categoría y sus consiguientes relaciones con los otros sujetos de la enunciación:

La configuración del Autor Modelo depende de determinadas huellas textuales, probablemente, también también ante el texto y ante el proceso de cooperación (en el sentido de que dicha configuración depende de la pregunta: "¿qué quiero hacer con este texto?") (U. Eco, 1993: 95).

- 
- 4 "La noción del Lector Modelo circula en muchas teorías textuales con otras denominaciones y con diversas diferencias. Véase, por ejemplo, Barthes, 1966; Lotman, 1970; Riffaterre, 1971, 1976; Van Dijk, 1976c; Schmidt, 1976; Corti, 1976 (cf. en este último libro el segundo capítulo, 'Emittente e destinatario', donde se introducen las nociones de 'autor implícito' y de 'lector supuesto como virtual o ideal'. En Weinrich, 1976 (7, 8 y 9) se encuentran indicaciones indirectas, pero muy valiosas" (U. Eco, 1993:95). (Las negritas son nuestras).
- 5 Cooperación textual entendida como "... un fenómeno que se realiza entre dos estrategias discursivas, no entre dos sujetos individuales", (U. Eco, 1993: 91).
- 6 D. Villanueva, citado por Antonio Garrido Domínguez (1996: 118).



Por ahora basta con concluir que podemos hablar de Autor Modelo como hipótesis interpretativa cuando asistimos a la aparición del sujeto de una estrategia textual tal como el texto mismo lo presenta y no cuando, por detrás de la estrategia textual, se plantea la hipótesis de un sujeto empírico que quizá deseaba o pensaba o deseaba pensar algo distinto de lo que el texto, una vez referido a los códigos pertinentes, le dice a su Lector Modelo (U. Eco, 1993: 93).

Así, a estas alturas de la exposición, ya podemos tener un idea de los dos sujetos que faltan por explicar. Nos referimos al Lector Modelo y al Lector Empírico, que no son más que la contraparte de los dos analizados.

En efecto, la concepción equiana de **Lector Modelo** no sería más que "*un conjunto de instrucciones textuales*" (M. E. Contursi y F. Ferro, 2000: 53); una instancia semiótica competente que colabora en la producción de sentidos al momento de interpretar. Lo entendemos como el lector tipo que ha sido presupuesto y determinado

por el Autor Modelo, mediante una serie de operaciones semióticas y pragmáticas, sobre las cuales descansa su eficacia. Mientras el **lector empírico** es la persona de carne y hueso; es quien, en todo caso, busca acercarse a esas instrucciones textuales del Lector Modelo, a fin de constituirse en un sujeto de la enunciación, capaz de generar sentidos apropiados, útiles a sus intereses y necesidades. "*Así la actividad del lector empírico de un texto narrativo es interpretar, realizando razonamientos inferenciales a partir de los senderos que dibuja el narrador*" (M. E. Contursi y F. Ferro, 2000: 54).

Es importante señalar, además de lo dicho, que la preexistencia de los diferentes sujetos de la enunciación –según Eco– dependerían, precisamente, de la presuposición de hipótesis; así, por ejemplo,

... el lector empírico, como sujeto concreto de los actos de cooperación, debe fabricarse una hipótesis de Autor, deduciéndola precisamente de los datos de la estrategia textual. La hipótesis que formula el lector empírico acerca del Autor Modelo parece más segura que la

que formula el autor empírico acerca de su Lector Modelo (U. Eco, 1993: 90).

De las citas y referencias expuestas y tomadas de "Lector in fabula", puede sorprender que Eco en ningún momento nos remite al narrador y al narratario como categorías integradas a la fábula; aunque se pudiera presumir que se asocian, respectivamente, a las categorías de Autor Modelo y de Lector Modelo, como lo hacen, en efecto, Contursi y Ferro, según consta en la segunda cita de la página 54 de su obra.

Llegados a esta instancia, resulta pertinente que destaquemos otra u otras visiones en torno de los sujetos de la enunciación narrativa, que tomen en consideración, en esta ocasión, el polo del enunciador o productor de la narración, y en donde se visualice la trascendencia del narrador, como categoría ampliamente reconocida por casi todos los narratólogos, aunque no falten quienes deseen difuminarla con argumentaciones excluyentes-incluyentes.<sup>7</sup>



VIDA, OBRA, GRACIA DE UN HOMBRE  
Reyes

Al respecto, al empezar esta reflexión, nosotros ya nos habíamos sumado a aquella premisa de que *no puede haber narración sin la*

7 Una idea de lo dicho se puede verificar en S. Chatman (1990:162).

*existencia de un agente narrador.* La denominación de este agente no interesa, ciertamente; pero sí la concepción y sus funciones determinantes en la producción de este tipo de texto.

## LOS SUJETOS SEGÚN LA TIPOLOGÍA ANGLOSAJONA

Según lo refieren reconocidos narratólogos – Mieke Bal, Antonio Garrido D., entre otros-, a partir de los años sesenta del siglo XX, particularmente en los Estados Unidos, empieza a forjarse la necesidad de reivindicar la importancia del autor; situación que, a la postre, va a dar nacimiento de una tipología de sujetos de la narración, que, W. C. Booth –como el más visible representante- recoge en los siguientes tipos: **autor real, autor implícito, narrador / narratario, lector implícito, lector real.**

El primer componente de esta doble trilogía de los sujetos de la enunciación narrativa, en concreto y en primer lugar, nos remiten al **autor real**; es decir, a una persona biográfica que responde a

nombres y apellidos concretos. Es el equivalente al autor empírico de Eco.

El nuevo y discutido concepto corresponde al **autor implícito**, que según su mentor sería “...*la imagen que el autor real proyecta de sí mismo dentro del texto*”. De esta manera, el autor implícito se convertiría en el “*alter ego o segundo yo*”, cuya misión fundamental sería la de hacer partícipe al lector implícito de su sistema de valores (A. Garrido Domínguez, 1996: 116). “*Se trata, pues, de una realidad intratextual –aunque no siempre explícitamente representada- elaborada por el lector a través del proceso de lectura, que puede entrar en clara contradicción con el narrador*” (A. Garrido Domínguez, 1996: 116). Seymour Chatman, por su parte, caracteriza a este sujeto de la narración de la siguiente forma:

A diferencia del narrador, el autor implícito no puede contarnos nada. Él, o mejor dicho, ello no tiene voz, ni medios de comunicación directos. Nos instruye silenciosamente, a través del diseño

general, con todas las voces, por todos los medios que ha escogido para enseñarnos. Podemos entender con claridad la noción de autor implícito si comparamos diferentes obras escritas por el mismo autor real pero presuponiendo diferentes autores implícitos (S. Chatman, 1990: 159).

A esta concepción, lo que más se le ha cuestionado es la pretensión de querer endosar al lector el sistema de valores –particularmente los morales-, como realidad persuasiva, sin tomar en consideración las implicaciones con el mismo narrador y los personajes. De acuerdo con los criterios con los cuales venimos operando, el **narrador** se nos presenta como el procedimiento que asume el autor real para convertirse en el locutor y responsable de la narración, según W. Kayser (A. Garrido Domínguez, 1996: 117). Vale decir que, ante la tendencia de identificar o confundir entre autor real y narrador, existe –en todos los autores consultados- una preocupación justificada por establecer la diferencia; cuestión que, en verdad, parecería estar resuelta.

Sin embargo de ello, no está demás expresar que el narrador es siempre la instancia organizadora del relato, que no es una persona real. En este sentido se parece al personaje por su carácter ficticio que, en este caso, se manifiesta como una categoría sobre la cual recae la responsabilidad de inventar y/o actualizar una historia, de organizar una trama, de contextualizar el relato. “*El narrador es siempre un papel ficticio, puesto que actúa como si la historia fuera anterior a su relato (cuando en realidad es el relato el que la construye), y como si él mismo y su relato fueran neutros ante la ‘verdad’ de la historia*” (J. Aumont, 1985: 110) -se ha dicho desde el flanco cinematográfico-; asunto que, aunque parezca paradójico, se puede verificar, inclusive, en la autobiografía, en donde existe una posibilidad real de confundir al autor con el narrador. De allí que, desde esta misma vertiente del cine, los autores antes citados han manifestado:

Para nosotros, el narrador será el realizador, en tanto que es quien escoge un tipo de encadenamiento narrativo, un tipo de planifica-

ción, un tipo de montaje, por oposición a otras posibilidades ofrecidas por el lenguaje cinematográfico. El concepto de narrador, así entendido, no excluye la idea de producción y de invención: el narrador produce por completo a la vez un relato y una historia, al mismo tiempo que inventa ciertos procedimientos del relato o ciertas construcciones de la intriga (J. Aumont, 1985: 111).

Se entiende que, cuando manifiestan que el "*narrador será el realizador*", están aludiendo no a la persona o personas reales, sino a las competencias cinematográficas que poseen esa o esas personas para lograr una *performance* narrativa, al momento de producir un relato. Es, en definitiva, el trabajo con y para el lenguaje —en este caso— cinematográfico el que está en juego, y no las personas. Agreguemos que, ya en 1966, ese gran semiólogo y humanista que fue Roland Barthes, había advertido sobre la tendencia a confundir autor con narrador literario, en los siguientes términos: "*quien habla (en el relato) no es quien escribe (en la vida), y quien escri-*

*be no es quien existe*" (A. Garrido Domínguez, 1996:117).

Sobre el tema del narrador, será necesario volver, no sin antes completar el correlato de los restantes sujetos de la narración, en esta ocasión para referirnos al lector implícito, al narratario y al lector real.

El **narratario** es la contraparte del narrador; es, si se quiere, un sujeto con las competencias suficientes para decodificar la trama, la historia, las circunstancias en las que se inscribe el texto narrativo. Es por ello que se lo sitúa en el mismo nivel diegético del narrador. Diríamos, por nuestra parte, que pertenece al mismo estatuto de la enunciación que el Lector Modelo de Eco; pero pensado desde la producción —en ese caso—, y no como colaborador, intérprete y generador de sentidos, como ocurre con el Lector Modelo de Eco, que está concebido desde la fase del consumo. Entre las funciones del narratario, se han señalado "*una de tipo general —funcionar de intermediario entre el narrador y el lector— y otras más específicas:*

*hacer progresar la intriga, poner en relación ciertos temas, determinar el marco narrativo, actuar de portavoz moral de la obra”.*<sup>8</sup>

Según los mentores del **lector implícito**, este sujeto de la narración respondería al hecho de que todo texto permite presuponer un lector con determinado sistema de valores, con cierto estatus; con su ideología, saberes, conocimientos, etc.; por lo tanto, se puede reconstituir mediante el proceso de lectura, al igual que el autor implícito, que, de manera conjunta, son inmanentes a la narración. Pero, *“A diferencia del autor implícito –de cuya imagen no siempre es consciente el autor real- el lector implícito se encuentra permanentemente presente en la mente del autor real hasta el punto de convertirse en uno de los factores que dirige su actividad”*, según Booth.<sup>9</sup>

El último sujeto de la enunciación de esta trilogía doble está consti-

tuido por el **lector real**, cuya contraparte es el autor real; es decir, al igual que éste, es una persona del mundo empírico, un ser biológico; por lo tanto, es una realidad extratextual que, a veces, hasta podría sentirse aludida, persuadida, amenazada, gratificada... por el relato.

### **NARRADOR, FOCALIZACIÓN Y TIPOLOGÍAS**

Se parte de la premisa de que la narración sólo es factible gracias a una instancia o agente narrativo, al que se ha convenido denominarlo narrador; que es una categoría intratextual y ficticia capaz de organizar el relato. Es el sujeto ejecutor de la enunciación; y, como tal, con criterios para presentar y estructurar los acontecimientos y demás elementos narrativos, desde perspectivas, ángulos o puntos de vista específicos; atribución –esta última- que se le ha llamado **focalización**. De allí sus

8 Inferencias de Antonio Garrido Domínguez (1996: 119), a partir de las visiones de Ponzuelo Yyancos: 1988, 83-117; G. Genette: 1972, 312-315; O. Toca: 1973, 184-176.

9 La interpretación corresponde a A. Garrido Domínguez (1996:118).

diferentes denominaciones: “visión”, “campo”, “punto de vista”, “perspectivas”, etc.; que, en definitiva, no es más que “...la relación entre la percepción y lo que se percibe” (M. E. Contursi y F. Ferro, 2000: 50). En consecuencia, al sujeto de la focalización se le llama **focalizador**, así como al sujeto que narra se lo denomina, precisamente, **narrador**.

Pero el focalizador, que es algo así como una función delegada por el narrador, no debe ser confundido con éste, a pesar de su cercanía. La definición que nos propone Jesús García Jiménez estimamos que clarifica el panorama:

El **focalizador** determina en el relato el “centro de orientación”, el “centro de interés”, la “elección del contenido entre todos los materiales posibles”, el “ángulo de visión”, el “enfoque”, y el “el modo de presentación” en los planos perceptivo-psíquico, verbal, espacial y temporal. El narrador es responsable de la narración, el focalizador lo es de la perspectiva narrativa (J. García Jiménez, 1996: 86).

De esta manera, dependiendo de cual sea el enfoque o modo de presentación de las diferentes realidades narrativas, se puede hablar, al menos, de dos tipos de **focalización: interna y externa**. Es interna si el focalizador se integra al personaje-narrador de la historia; pero cuando el focalizador opera fuera de la historia narrativa, como un agente anónimo, se la denomina focalización externa (M. E. Contursi y F. Ferro, 2000: 50).

Como lógica consecuencia de esta tipología -relacionada con la focalización-, se ha determinado también dos tipos de narradores con la misma denominación. Así, entonces, hablamos de **narrador interno** cuando los personajes del relato son los que se encargan de narrar; en otras palabras, son los narradores-personajes que hablan de sí mismos o de diversas realidades; mas, cuando no hablan de sí mismos, sino de otros personajes y de otras circunstancias y realidades, estamos frente a un **narrador externo**. Diferenciación que ha sido formulada por la narratóloga Mieke Bal, para

esquivar aquella clásica e inadecuada tipología que nos habla del narrador de primera persona y narrador de tercera persona, respectivamente (M. E. Contursi y F. Ferro, 2000: 51).

### TIPOLOGÍA DE TODOROV

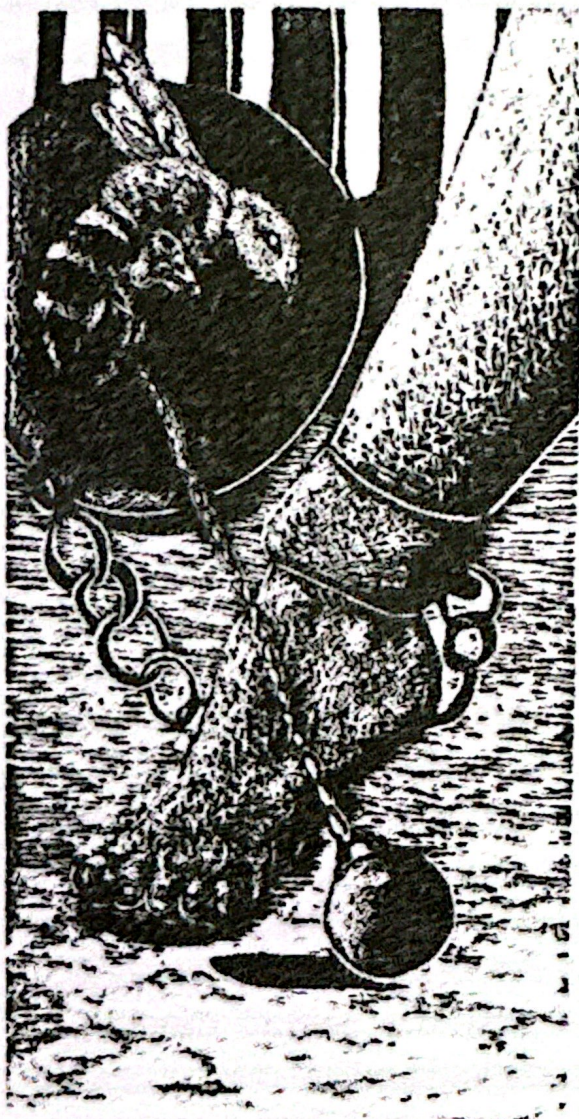
Así, a partir de las relaciones posibles entre narrador y personajes, nos encontramos con una tipología de narrador –bastante difundida– concebida por Tzvetan Todorov, que se basa en el “aspecto” narrativo (de “*aspectus* = mirada”); en otras palabras, equivalente a la “*forma como la historia es percibida por el narrador*”, y fundada en “*el saber del narrador con respecto al saber del personaje*” (J. García Jiménez, 1996: 114). Clasificación inspirada en la tipología de Jean Pouillon, y que Todorov la concibe como sistema de desigualdades e igualdades, que se concretan en tres tipos de narradores:

a) **El narrador sabe más que el personaje** (la visión “**por detrás**” de Pouillon). Es el caso en el cual se evidencia una clara superioridad del narrador porque está en posesión de los deseos, de las ideas de uno o de varios personajes. “*No se cuida de explicarnos cómo adquirió este conocimiento: ve tanto a través de las paredes de la casa como a través del cráneo de su héroe. Sus personajes no tienen secreto para él*”.<sup>10</sup> Es –según el autor– la fórmula más utilizada por el relato clásico.

b) **El narrador sabe tanto o igual que los personajes** (la visión “**con**” de Pouillon). Aquí el narrador no puede decir más de lo que saben los personajes; por lo tanto, no está en capacidad de realizar explicaciones de los acontecimientos antes de que los personajes lo hayan hecho. En el caso de la literatura, el relato puede concebirse desde la primera o tercera personas gramaticales.

10 O Tzvetan Todorov, *Las categorías del relato literario*, en VV.AA. *Análisis estructural del relato*, Niebla, 1976, p. 178.





EN CANA  
Lenin Santacruz

c) **El narrador sabe menos que los personajes** (visión “desde afuera”, según Pouillon). Aquí el narrador no tiene acceso a ninguna conciencia. Se limita a describir lo que ve, lo que oye. Como dice Todorov, es una convención, un puro “*sensualismo*”, porque un relato semejante resultaría incom-

preensible. El narrador se convierte en un testigo que pretende objetividad, aunque ésta, como sabemos, suele ser relativa. De allí que, inclusive, se recurra apenas a nombrar a los personajes con referencias como “*el joven*”, “*el hombre rubio*”, etc. (T. Todorov, 1976: 178-179).

### TIPOLOGÍA DE GULLÓN

Por el interés didáctico que pudiere tener para los investigadores de las narrativas -particularmente audiovisuales- la relación entre el narrador y la realidad, se hará alusión a la tipología de Germán Gullón; quien, basado en las **funciones del narrador** de la novela del siglo XIX, ha clasificado a este sujeto de la enunciación narrativa en cinco tipos, que -estimamos- todavía siguen vigentes, no sólo en la literatura sino en los audiovisuales; lenguajes nuevos fundados sobre esa rica tradición decimonónica que empezó en el cine y que ahora la encontramos, de manera particular, en las narrativas televisivas.

He aquí cómo Jesús García Jiménez nos presenta esta tipolo-

gía de Gullón (J. García Jiménez, 1996: 121-122).<sup>11</sup>

- **El narrador observador** es aquel sujeto que sale al encuentro de la realidad. Se presenta como un espectador impasible, interesado, apasionado. Puede ser un personaje que asuma las funciones de narrador, como en el ejemplo siguiente:
- [...] Era joven, muy joven y ese hombre la encontró cantando y bailando en un cabaret y construyó para ella una casa del barrio y tuvieron una hija. No puedo decirle exactamente el tiempo que pasó o de cuanta felicidad disfrutaron, pero al fin él la abandonó. No tuvieron hijos varones.
- **El narrador imaginativo**, como su nombre lo dice, “*inventa*” su propia realidad, a diferencia del observador. He aquí un ejemplo que, como el anterior, es tomado de una película de A. Hitchcock:

Como todos los que sueñan, me sentí poseída de un poder sobrenatural y atravesé como un espíritu la barrera que se alzaba ante mí. El camino iba serpenteando, retorcido y tortuoso... La naturaleza había vuelto a lo que fue suyo y poco a poco se había posesionado del camino con sus tenaces dedos...

- **El narrador mitógrafo** es un creador de mitos. El ejemplo proviene de un relato en *off* que Orson Welles usa para poner en escena “*El cuarto madamismo*” (1942):

La magnificencia de los Ambersons comenzó en 1873. Su esplendor perduró mientras su pequeño pueblo creció y se oscureció cuando llegó a ser una ciudad...

- **El narrador didáctico** es el que procura introducir una enseñanza en la narración. El ejemplo emblemático que se hace constar corresponde a “*El*

11 Hay que señalar que todos los ejemplos que se hacen constar a continuación han sido tomados de la obra y páginas aquí indicadas.

*pequeño salvaje*" de Francois Truffaut (1969):

Victor acaba de intentar algo. Es ingenioso. Hay que haber experimentado las angustias de su instrucción tan penosa..., para hacerse una idea de la alegría que siento...

- **El narrador moralizante** es aquel que tratará de influir en el comportamiento. La moraleja será, con seguridad, un buen recurso para este tipo de narrador. Las palabras finales con las cuales el narrador de "*Campanadas a medianoche*" (1965), de O. Welles, se despiden es un buen ejemplo:

Desde su coronación el nuevo rey decidió convertirse en otro hombre... Fue humano con todos, mas no dejó delito sin castigo, ni servicio sin recompensa. Así, pues, su vida y su muerte fueron ejemplo de majestad...

## NARRADOR Y NARRATIVO AUDIOVISUALES

Una aproximación narratológica a los audiovisuales conlleva a con-

siderar una serie de factores que, en primer lugar, van más allá de la sustancia lingüística con la cual se construyen los relatos orales y literarios; en segundo término, a reconocer quién o quiénes son las entidades o actantes narradores; y, en tercer lugar, determinar cuáles son las estrategias que se adoptan para *mostrar* y *narrar*, por una parte, y *percibir* desde el correlato del enunciatario.

Como ya se expuso en un apartado anterior, las cinco sustancias expresivas de los audiovisuales, fundamentalmente, "*muestran*" o representan (*mimesis*) mediante imágenes visuales y también auditivas; pero, además, *narran* (*diégesis*) a través de la palabra oral o escrita.

Esta circunstancia poliexpresiva implica, como es de suponer, una gran complejidad, particularmente sintáctica, en los diferentes momentos de la fase inicial del proceso comunicacional (preproducción, producción y posproducción); instancia que debe conjugar las particularidades "*mostrativas*" y *diegéticas*, no solo de la imagen y la palabra, sino de la

música y de los efectos de sonido. Y si a esta complejidad de grandes proporciones, le añadimos aquella potencialidad narrativa del lenguaje verbal que hace factible que un *narrador extradiegético* —de un cuento, por ejemplo— delegue o ceda la palabra para que otro continúe la narración, tendremos, ya, una panorámica lo suficientemente representativa para confirmar la complejidad aludida. Es el caso paradigmático de “*Las mil y una noches*”, donde el narrador inicial concede la palabra a *Scheherezade*; circunstancia narrativa (una especie de desembrague de este orden) que va a determinar que este personaje femenino se constituya en un *narrador delegado* (*narrador intradiegético*, en la terminología de Genette) que, en esta narración universal, se instaura como el principal narrador (A. Gaudreault y F. Jost, 1995: 58). O como puede ser, también, el caso de las narrativas testimoniales que se suelen introducir en los noticieros televisivos, donde el *narrador-reportero* abre el micrófono para que uno o varios *narradores delegados* (entrevistados) “*cuenten su historia*”.

¿Cómo determinar, entonces, quién es el narrador, amén de la organización, combinación y manejo de las demás sustancias expresivas de las narrativas y lenguajes audiovisuales? He aquí la pregunta que habría que absolver para lograr una mejor comprensión del tema que nos preocupa. Y es lo que, a nuestro modo de ver, han conseguido desbrozar —en gran medida— Gaudreault y Jost en uno de los apartados de “*El relato cinematográfico*”, cuando se preguntan “¿quién narra en la película?” Interrogante y reflexión que, al aludir al relato fílmico, fundamenta una propuesta teórica consistente para explicar otras narrativas audiovisuales como la televisiva.

De esta manera, y considerados los antecedentes antes señalados, los autores proponen como agente o actante de la narración a un “**narrador fundamental**” o “**meganarrador**” como el (gran) responsable del relato fílmico; con competencias para manipular, ordenar y organizar, tanto las sustancias fílmicas como la regulación y administración de elemen-

tos e informaciones narrativas. E, incluso, se da razón de que André Gardies (1987) ha considerado la posibilidad de reagrupar las sustancias expresivas en tres subinsustancias particulares, cuya responsabilidades narrativas recaerían en un “auténtico director de orquesta que sería el ‘**enunciador fílmico**’, quien modularía la voz de tres subenunciadores, cada uno responsable respectivamente de lo **icónico**, de lo **verbal** y de lo **musical**” (A.Gaudreault y F. Jost, 1995:63).

Al respecto, acotemos que hoy el nuevo cine y otras expresiones audiovisuales como el videoclip, exigen –al menos– un nuevo subenunciador: el responsable de los efectos especiales –verdaderas empresas especializadas en este tipo de producción– que contribuyen a enriquecer las bandas sonora y de la imagen: piénsese en las megaproducciones del cine espectáculo como “*El Señor de los Anillos*”, “*La Guerra de las Galaxias*”, etc.; e, incluso, en la misma publicidad televisiva, y ya se tendrá conciencia de estos sub-

enunciadores, como encarnación de una faceta del meganarrador.

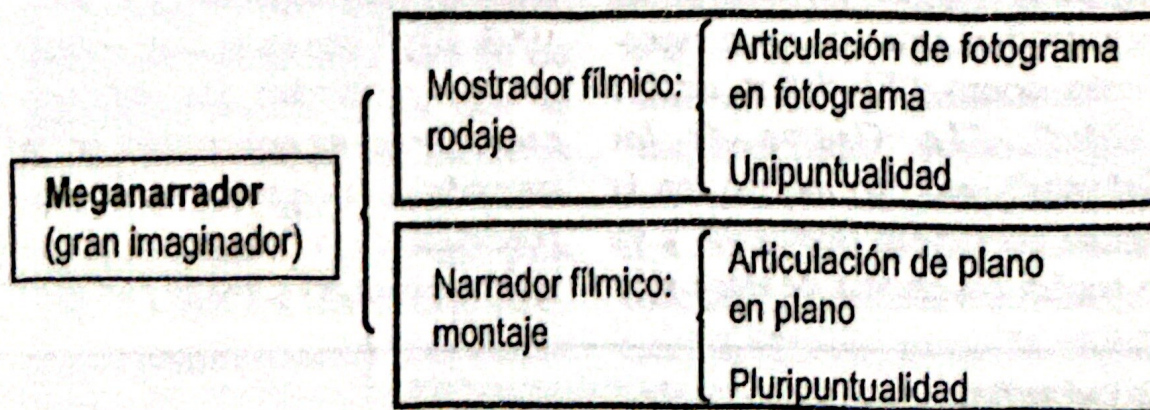
Así, hay que convenir con los autores de nuestra referencia –y por nuestra propia experiencia y convicción teórica– que el proceso de producción fílmico, depende, por una parte, de la articulación de las tres operaciones de significación: *la puesta en escena, el encuadre y el montaje*; y, en segundo término, la forja de un “sistema de relato” que considere lo que Gaudreault ha denominado “*proceso de discursivización fílmica*”; cuya hipótesis presupone una instancia o agente narrador competente para manipular e instaurar dos capas superpuestas de “*narratividad*”. “La primera de estas capas, resultado del trabajo conjunto de la puesta en escena y del encuadre, se limitaría a lo que se ha convenido llamar la **mostración**” (A.Gaudreault y F. Jost, 1995: 63);<sup>12</sup> que en el cine –como nos lo recuerdan los autores– encontrarían su concreción en la sucesión de fotogramas, para proporcionarnos la ilusión del movimiento continuo sobre la pantalla.

12 Las negritas son nuestras.

De acuerdo con la hipótesis de Gaudreault, la segunda capa de narratividad –superior a la mostración– es lo que él llama **narración**, “*aunque solo fuera en virtud de sus mayores posibilidades de modulación temporal*” (A.Gaudreault y F. Jost, 1995: 63); capa de narratividad que corresponde a la operación significativa del montaje, que cinematográficamente se expresa en la sintagmática del plano (articulación de planos).

De esta manera, la presuposición de las dos capas de narratividad va a conllevar dos instancias actanciales diferentes, que Gaudreault ha denominado, respectivamente, el **mostrador** y el **narrador**. Así, pues, para lograr producir un relato fílmico *pluripuntual*, hay que recurrir primeramente a un *mos-*

*trador*; instancia narrativa que interviene en la puesta en escena y en el momento del rodaje, con la fijación de los distintos y variados “*microrelatos*” en cada uno de los planos. Es el momento, entonces, de la intervención del *narrador fílmico* que, mediante operaciones paradigmáticas, seleccionará la multitud de microrrelatos plasmados en los planos para, mediante el montaje –operación sintagmática– fijar, finalmente, los sentidos de la narración. Así, “*en un nivel superior, la ‘voz’ de las dos instancias estaría, de hecho, modulada y regulada por esta instancia fundamental que sería entonces el ‘meganarrador fílmico’, responsable del ‘megarrelato’ que es la película*” (A.Gaudreault y F. Jost, 1995: 64); concepción recogida por el autor en el siguiente esquema:



Esquemática así la instancia de la narratividad fílmica, si bien rescata el papel y las funciones del gran imaginador o meganarrador en la manipulación y organización del relato, hay que advertir que sólo es una forma de simplificar esa gran complejidad de la producción narrativa audiovisual; que en el caso de la televisión –para poner un caso de nuestra cotidianidad mediática socorrida– tiene sus especificidades, que están particularmente relacionadas con el proceso de la enunciación televisiva.

Dese el nombre que se diere a la categoría de narrador, debe quedar claro que en el marco conceptual de la teoría de la enunciación, el correlato dialéctico de este sujeto constituyente de la enunciación es el **narratario**, que sólo puede configurarse a partir de la existencia, alusiones y apelaciones al narrador. Aquí resulta interesante evocar –como ejemplo– la producción y consumo de sentidos que pueden caber en el texto

de un diario de campo o personal, donde el enunciador (por ejemplo, Alberto Pereira) se expresa mediante un narrador cuyo enunciatario (el mismo Alberto Pereira, cuando relee su diario) debe desdoblarse como narratario para acceder a los sentidos que quiso expresar; para lo cual es necesario que el enunciatario recurra al contexto temporal, emocional, cognoscitivo, etc. del narrador de ese diario.

Estimamos que el ejemplo es oportuno, primero, para que reafirmemos la concepción comunicacional que considera la co-responsabilidad de la producción de sentidos de los dos sujetos –correlatos– de la enunciación; y, segundo, porque autores como Gianfranco Bettetini (1984) piensan que estos dos polos “*no funcionan sólo como huellas del acto de nacimiento de un texto fílmico [...], sino que ofrecen al autor y al espectador concretos una prolongación figurada, una auténtica prótesis simbólica*”.<sup>13</sup> Tanto ha

13 Pensamiento de Bettetini inferido por Francesco Casetti, *Teorías del cine. 1945-1990*, Madrid, Cátedra, 1994, pp. 273-274.

calado esta idea en Bettetini que ha llegado a concebir el cine como una conversación simulada, puesto que en la pantalla aparecerían los elementos organizados de la misma forma que en la vida cotidiana, como “...un juego de preguntas y respuestas”, de tal suerte que la comunicación fílmica y la comunicación ordinaria se parecerían de manera extraordinaria (F. Casetti, 1994: 274).

Frente a esta visión conversacional de la enunciación cinematográfica, otro investigador italiano, Francesco Casetti (1986), por el contrario, ha preferido darle protagonismo a la “posición” del espectador -considerado el contexto en el cual se inscribe esta reflexión-, como se puede deducir de la siguiente cita:

La enunciación fílmica da lugar a cuatro posiciones del espectador: los encuadres objetivos lo sitúan en una posición de testigo neutro; las tomas subjetivas, en la del personaje directamente implicado

en la peripecia; las interpelaciones (por ejemplo, la mirada en la cámara), en la de un interlocutor “en los límites” de la escena; las objetivas irreales (por ejemplo las plongées), en la de una mirada libre e incorpórea como la de la propia cámara (F. Casetti, 1994: 274).

Concepción que se ajusta y nos remite a tres realidades que afectan al espectador en el momento de la lectura del texto cinematográfico -según Casetti-: *al ver, al saber y al creer*. La primera remite a la actividad escópica, en sentido estricto; el saber, al proceso cognitivo desde una perspectiva informacional; y el creer, que se lo considera como el punto de vista epistémico o pasional.<sup>14</sup> Visión que puede servir como un referente más; pero que, lastimosamente, ha dejado fuera la *focalización auricular* sobre la cual, por ejemplo, Jost ha desplegado una interesante reflexión (A. Gaudreault y F. Jost, 1995: 144 y sig.)

14 Francesco Casetti, *El film y su espectador*, Madrid, Cátedra, 1989, pp. 108-109.



Sin embargo de ello, por el interés didáctico que generalmente despiertan los esquemas –dada su concreción– hacemos constar la apreciación de Casetti que, ciertamente, tiene la ventaja de rescatar el **uso de la cámara** como el recurso más visible de la *mostración-narración* de los textos audiovisuales, así como

el literato o el periodista suelen demostrar sus competencias para hacer verosímiles las narraciones mediante la escritura, y no a través de posibles recursos gráficos como la fotografía, por ejemplo. Obsérvese –abajo– el gráfico que ilustra la concepción de Casetti (1989: 110):

	ver	saber	creer
cámara objetiva	exhaustivo	diegético	sólido
cámara objetiva	total	metadiscursivo	absoluto
interpelación	parcial	discursivo	contingente
cámara subjetiva	limitado	infradiegético	transitorio

Como se puede apreciar, con la sola mención de estas tres dimensiones de la focalización y de las consiguientes técnicas para conseguir tales objetivos mediante el uso de la cámara, ya se puede presuponer, entonces, la diversidad de posibilidades y potencialidades narrativas que los lenguajes audiovisuales son capaces de desarrollar; asunto que apenas hemos podido esbozar

en este artículo, en un intento por hacer factible –como diría Eco- *lectores modelos* de las narraciones audiovisuales; en otros términos, procurar sujetos críticos que, confrontados con usos mediáticos omnipresentes como la televisión, se comprometan con su realidad, como una forma de contribuir al entendimiento y transformación del entorno social. ●



# Una propuesta metodológica para el análisis de la noticia

Caso: La Alianza entre el movimiento indígena y el gobierno de Lucio Gutiérrez

---

Alicia López Andrade\*

## RESUMEN

**E**l uso de una matriz teórica-metodológica para estudiar la enunciación –un acto comunicativo mediado por el lenguaje como un sistema de significación provisto de intencionalidad– aporta elementos de juicio para

develar la significación o *valor en uso* en torno a ciertos hechos/acercamientos mediáticos como, por ejemplo, el papel que desempeñó el movimiento indígena a lo largo de los seis meses de la alianza entre este actor/sujeto histórico en ciernes y el gobierno del Crnel. (r) Lucio Gutiérrez.

---

\* Graduanda de la Facultad de Comunicación Social de la Universidad Central del Ecuador, quien sustentará la defensa oral de su tesis en los próximos días, en torno de la temática que se esboza en este artículo.

## PALABRAS CLAVE

- Movimiento indígena
- Noticia
- Enunciación
- Significación
- Narración.

## PUNTO DE PARTIDA

¿Cuál fue la significación o *valor en uso* en torno al rol que jugó el movimiento indígena durante el gobierno de Lucio Gutiérrez? Esta pregunta fue el punto de partida de una investigación cuyos resultados, tras dos años de arduo trabajo, aportan con algunos elementos de juicio para estudiar la noticia como uno de los textos/discursos resultantes de una enunciación; vale decir, de un proceso comunicativo mediado por un sistema de significación provisto de intencionalidad –el lenguaje-. Este proceso comunicativo se concreta cuando la instancia de la emisión –la organización mediática- actúa como un sujeto enunciador que se dirige a un sujeto enunciatario –el público y/o audiencia- para hacerle partícipe de su propia reconstrucción de ciertos hechos/acontecimien-

tos mediáticos como una *realidad social en devenir*.

## ETAPAS DE LA INVESTIGACIÓN

La investigación sobre la significación o *valor en uso* en torno al papel que desempeñó el movimiento indígena ecuatoriano a lo largo de los seis meses de la alianza (desde el 15 de enero hasta el 15 de agosto de 2009) con el gobierno de Lucio Gutiérrez devino a través de varias etapas.

En la primera etapa, luego de recopilar todas las noticias publicadas por diario El Comercio sobre el objeto de estudio, reconstruimos la coyuntura; es decir, la dimensión temporal y espacial –desde el punto de vista mediático- que constituía el contexto de la investigación, sin perder de vista las relaciones de fuerza entre el movimiento indígena, en tanto un actor/sujeto histórico en ciernes y el gobierno de Gutiérrez.

En esta etapa de la investigación, la revisión bibliográfica de varios libros que versaban sobre el

movimiento indígena fue clave para contextualizar la práctica de este sujeto histórico y, también, delimitar cinco ejes temáticos que diesen cuenta del rol que jugó el movimiento indígena a lo largo de los seis meses de la coyuntura: la relación entre el gobierno y Pachakutik, la interrelación Pachakutik-Conaie, la relación entre el gobierno y la Conaie, y el clientelismo gubernamental y el movimiento indígena.

Para estudiar la noticia como “una representación social de la realidad cotidiana producida institucionalmente que se manifiesta en la construcción de un mundo posible”<sup>1</sup> que, al igual que la narración, versa sobre las acciones que ejecutan los seres humanos, representa el tiempo real a través de manifestaciones o expresiones de temporalidad, y está provista de una intencionalidad, es decir, de cierto carácter moral que presupone un compromiso del sujeto que la escribe con

lo que dice<sup>2</sup>, fue preciso reconstruir las etapas del proceso de producción de la noticia como uno de los géneros del discurso mediático. Así, en la segunda etapa de la investigación, se cotejó la revisión de la bibliografía existente en torno al modelo sociosemiótico de la Comunicación Social, con ciertos elementos de juicio sobre el ámbito de la producción en el seno de diario El Comercio, obtenidos a través de técnicas como la *observación no participante* y la *entrevista*.

El corolario de esta segunda etapa de la investigación fue la reconstrucción de las condiciones de la producción de la noticia: las leyes que regulan el derecho a la información y la comunicación en el Ecuador, el modelo del sistema comunicativo –la relación entre las organizaciones mediáticas y los grupos de poder económico y político durante la coyuntura estudiada-, y la organización de la

1 Rodrigo A., Miquel, *La construcción de la noticia*, Barcelona, Paidós, 1989, P. 185.

2 González Norberto, *La interpretación y la narración periodísticas. Un estudio y tres casos: Croacia, drogas, mujer*, Pamplona, Ediciones Universidad de Navarra S.A., 1997, P. 55.

producción –la objetividad, la profesionalidad periodística y las prácticas productivas de selección, jerarquización y tematización del hecho/acontecimiento-.

La propuesta de una metodología para estudiar la enunciación; es decir, *“la competencia (...) que tienen los sujetos (...) para apropiarse de las posibilidades semióticas del lenguaje (...) y, así, producir enunciados que suelen concretarse en textos”*<sup>3</sup>, se afinó a lo largo de la primera y la segunda etapa de investigación ya que, sobre la base de ciertos elementos de juicio, llegamos a la conclusión de la necesidad de un méto-

do que diese cuenta de la doble dimensión de la noticia como discurso; es decir, *“cualquier práctica social contextualizada en la que un individuo (o un grupo de ellos) en uso de un lenguaje (...) produce un mensaje con unas intenciones para uno o múltiples destinatarios”*<sup>4</sup>, y, a la vez, como texto; vale decir, un *“constructo sígnico que se actualiza en el discurso”*<sup>5</sup>.

La revisión bibliográfica de las tesis sobre la significación en torno a la práctica del movimiento indígena en otras coyunturas, publicadas en los últimos diez años<sup>6</sup>, arrojó resultados contra-

3 Pereira, Alberto, *“Discurso televisivo y narrativa audiovisual. Perspectivas hermenéuticas de la enunciación”* Quito, Universidad Andina Simón Bolívar, 2004, P. 30.

4 Orza, Gustavo, Citado por Pereira, Alberto, *“Discurso televisivo y narrativa audiovisual. Perspectivas hermenéuticas de la enunciación”* Quito, Universidad Andina Simón Bolívar, 2004. P.16.

5 *Ibíd.*, P. 35.

6 Véase Armijos Robles, Andrea y Bautista Molina, Susana, *“Análisis del discurso mediático sobre la aplicación de justicia indígena en el caso Brujas de Calhuasig”*. Quito, Universidad Central del Ecuador, 2005; Auz Imbaquingo, Edwin y Miguel Cuenca Calero, *“La demanda indígena de plurinacionalidad: el tratamiento de la prensa nacional ecuatoriana 1990-1998”*. Quito, Universidad Central del Ecuador, 2001; Endara Tomaselli, Lourdes, *“Imagen del indio en la prensa ecuatoriana durante el levantamiento de 1990”*. Quito, Pontificia Universidad Católica del Ecuador, 1997; y Fuentes, Carla, *“Indio manipulado, indio mítico, indio el otro. El imaginario del indígena a través de los medios escritos desde 1990, los 500 años y la Guerra del Cenepa”*. Quito, Pontificia Universidad Católica del Ecuador, 2000.



LA DAMA DEL AMANECER  
C. Carrera

dictorios. Por una parte, el uso del *análisis crítico de discurso* como una metodología que da cuenta de la frecuencia de ciertas palabras o signos lingüísticos en las noticias, editoriales y otros textos/discursos publicados a lo largo de varias coyunturas, sí dotó a los investigadores de elementos de juicio para dar cuenta de la significación del texto. Por otra parte, este método no da cuenta de la realidad social en la que se inscribe el problema de la investigación; vale decir, las bondades del *análisis crítico de discurso* no son tales cuando este método desliga al texto del contexto: la dimensión temporal y espacial en la que se inscribe el problema de investigación.

El método utilizado para describir y explicar nuestro objeto de estudio -las veinte noticias sobre el movimiento indígena, publicadas por diario El Comercio desde el 15 de enero hasta el 15 de agosto del 2003- partió de la clasificación de todas o casi todas las noticias publicadas acerca de esta problemática a lo largo de esa coyuntura en los cuatro ejes temáticos anotados y,

luego, de una periodización de esa coyuntura en lapsos de más o menos dos meses, para elegir cinco noticias por eje que, hasta cierto punto, no sólo den cuenta de los hechos/acontecimientos más significativos de cada período, sino también del carácter textual/discursivo de la relación entre el movimiento indígena y gobierno. Finalmente, para el estudio de las noticias recurrimos a una matriz teórico-metodológica elaborada sobre la base de las categorías de la enunciación que conciernen tanto al orden de lo discursivo como al orden de lo narrativo:

- a) En el registro de lo discursivo, las estrategias operacionales o metodológicas atañen a las categorías fundamentales de esta teoría: modalizadores -sujeto, espacio y tiempo-.
- b) En el orden de lo narrativo, las estrategias operacionales o metodológicas conciernen a las categorías fundamentales del relato/narración: situaciones/funciones, actantes/personajes, competencias y móviles de la acción.



## RESULTADOS DE LA INVESTIGACIÓN

Según la ideología ocupacional de la objetividad, la noticia es un texto/discurso desprovisto de intencionalidad; es decir, falto de un enfoque o punto de vista que resignifique lo dicho en ese texto/discurso según lo que piensa –o siente– un autor real –el periodista– o un autor modelo –el medio de comunicación masiva–. Una noticia será publicada siempre y cuando el periodista sea capaz de producir la *realidad social en devenir* que construyen los medios, sin romper las reglas –explícitas o implícitas– que hacen que la noticia sea objetiva y que el periodista que la escribió sea un no sujeto: alguien o algo cuya presencia ha sido minuciosamente borrada del texto/discurso y cuya ausencia, sin embargo, revela que, pese a todo, desempeña el papel de autor real de esa noticia.

Este papel está supeditado a la lógica productiva del medio, cuyos procesos productivos de selección, jerarquización y tematización son constantemente invi-

sibilizados: para las organizaciones mediáticas, los periodistas no son sujetos desprovistos de subjetividad –personas carentes de su propia visión de la realidad social, intereses económicos, valores e, incluso, un compromiso político valedero–, pero, para formar parte de una organización mediática, estos autores reales en ciernes deben “despojarse de su subjetividad”; es decir, dejar de ser sujetos en sí y para sí y resignarse a ser, por el contrario, no sujetos de un medio de comunicación masiva –el autor modelo–, cuya lógica productiva es incuestionable.

De allí que, a lo largo de la investigación, no fue el papel del autor real lo que nos interesó develar, ya que el periodista –esa persona que ha redactado la noticia– es un no sujeto en el seno de una organización mediática totalizadora que le ha impuesto su propia lógica. Por eso, el objetivo de la presente investigación no es juzgar a los periodistas que redactaron las noticias que constituyen nuestro objeto de estudio, sino, más bien, aportar elementos de juicio para develar el papel del *autor modelo*

-la organización mediática-, cuyas marcas las han sido, aparentemente, borradas para siempre de los textos/discursos estudiados.

En el orden de lo discursivo, la lógica productiva de la organización mediática y, a la vez, la presencia del autor modelo en las veinte noticias que constituyen nuestro objeto de estudio se concretan en la enunciación del sujeto, el espacio y el tiempo; enunciación que hace posible que el autor modelo reconstruya la práctica del movimiento indígena como un conjunto de acciones desprovistas de cualquier significación político-ideológica al no incluir en la noticia ciertos elementos de juicio que facilitarían una mejor comprensión en torno a los hechos clave de la coyuntura. Así, las declaraciones o "sinsentidos" de la dirigencia, la eterna disputa por un liderazgo débil o falta de solidez, y la manipulación por parte de fuerzas externas al movimiento indígena devienen en una dimensión espacio-temporal que hace posible que el *autor modelo* represente el ejercicio de poder de los actores/sujetos sociales en conflicto: un gobierno poderoso y provis-

to de legitimidad, por una parte, y un movimiento indígena cuya práctica es una amenaza velada a la institucionalidad del país; es decir, un actor/sujeto social poderoso, pero que está desprovisto de legitimidad, por otra.

En el orden de lo narrativo, el uso de ciertas categorías –situaciones/funciones, actantes/parapersonajes, competencias y móviles de la acción- permite que el autor modelo reconstruya los acontecimientos más variables, espectaculares e impredecibles de la coyuntura según su propia intencionalidad. Así, para el *autor modelo*, la alianza entre el movimiento indígena y el gobierno de Lucio Gutiérrez, así como la relación entre Pachakutik –el partido político- y la Conaie –el movimiento social- y el clientelismo gubernamental, devienen a través de situaciones/funciones esencialmente conflictivas, susceptibles de empeorar a lo largo de la coyuntura, cuyo tratamiento superficial no da cuenta de la práctica de dos actantes que son sucesivamente amigos o enemigos, partidarios o detractores; pero nunca actores/sujetos socia-

les provistos de poder, cuya práctica responde a ciertos intereses políticos e ideológicos.

Una de las categorías clave más interesantes a lo largo de la presente investigación fue la de **para-personajes**; es decir, actantes que a la vez son actores o personas "de carne y hueso", cuya existencia es a la vez real –como actores políticos- y ficticia –como actantes que forman parte de un devenir narrativo<sup>7</sup>, y que en las noticias estudiadas representan frecuentemente, de una forma estereotipada, la práctica del movimiento indígena en conflicto con el gobierno. Finalmente, las competencias –poder, querer, saber y deber ser/hacer- y los móviles de la acción –hedónicos, éticos y pragmáticos- también afianzan esa representación del ejercicio de poder de los actantes en conflicto, ya que a menudo, el movimiento indígena no sólo está desprovisto de aquellas competencias que garantizarían su éxito, desde el punto de vista narrativo, sino que

los móviles de la acción a menudo contradicen el porqué de la práctica de ese actante.

## CONCLUSIONES DE LA INVESTIGACIÓN

Las noticias estudiadas afianzan una visión ahistórica y maniquea sobre el papel que desempeñó el movimiento indígena durante los seis meses de la coyuntura, ya que, como si no bastara con reproducir ciertos prejuicios y convenciones sobre los pueblos y nacionalidades indígenas del Ecuador, la organización mediática reconstruyó la práctica de este sujeto histórico en ciernes como una irrupción caótica de una masa manipulable y débil, que sí poseía poder, pero que carecía de legitimidad para gobernar el país. Para el autor modelo, la práctica de este actor/sujeto, a lo largo de la alianza gobierno-movimiento indígena, fue la causa del deterioro progresivo de la gestión de Lucio Gutiérrez, al margen de otros factores determinantes –por ejemplo,

7 Pereira, Alberto, *Discurso televisivo y narrativa audiovisual. Perspectivas hermenéuticas de la enunciación* Quito, Universidad Andina Simón Bolívar, 2004, P. 74.

las constantes violaciones a los derechos humanos o los escándalos de corrupción, sólo por citar dos- que, en abril del año 2003, causarían el derrocamiento del gobierno.

Algunos años después, esta visión aún está presente en la información publicada diariamente por las organizaciones mediáticas acerca de cualquier forma de movilización de grupos y/o clases sociales en demanda de sus derechos, sobre todo si estas formas de movilización son perjudiciales al ejercicio de poder de un gobierno que, según el punto de vista de sus voceros, personifica al Estado. Según el sistema comunicativo ecuatoriano, el ejercicio del poder de la sociedad civil siempre es ilegítimo y “desestabilizador”, frente al ejercicio de poder del Estado, cuyo papel es “apretarle la rienda” a una ciudadanía ingobernable; así, cualquier presión sobre el gobierno es lesiva a los intereses de un Estado que, supuestamente “ya es de todos”, al margen de las consideraciones sobre su carácter de clase, los intereses en juego y las disputas por el poder.

Dicha visión es, además, una de las consecuencias o implicaciones de la concepción de la objetividad como ausencia de intencionalidad, de la que sacan partido las organizaciones mediáticas para justificar el papel que desempeñan como un actor/sujeto clave de esa cotidianidad, aparentemente positiva y, luego, legitimar ese ejercicio de poder para justificarse ante la sociedad. Este círculo vicioso podría romperse si la profesionalización de los comunicadores sociales superara las demandas mínimas que exige la organización mediática para aprehender, de una forma tan eficaz y eficiente como acrítica, su lógica productiva.

La intencionalidad, que subyace tras todo acto comunicativo, se evidencia en las estrategias textuales/discursivas presentes en las noticias u otros géneros del discurso mediático, incluso cuando su proceso productivo hace que éstos sean, aparentemente, más “objetivos” que los demás. Es por eso que la enseñanza-aprendizaje del lenguaje y la comunicación, como parte de la profesionalización de los periodistas, no debería

hacer hincapié en la "objetividad" como ausencia de intencionalidad, sino más bien, en el uso idóneo de dichas estrategias para que el comunicador social describa y explique mejor esa realidad social en devenir que reconstruyen diariamente las organizaciones mediáticas, como punto de partida de un compromiso valedero del periodista hacia sus textos/discursos.

Un conocimiento básico sobre los procesos más significativos de la historia reciente y sus actores o sujetos en ciernes posibilitaría que los comunicadores sociales aportaran elementos de juicio para reconstruir los hechos/acontecimientos ante su público, sin

reproducir representaciones e imágenes estereotipadas que devienen en valores en uso que afianzan los prejuicios y convenciones sobre ciertos grupos y/o clases sociales.

Así, los comunicadores sociales estarían plenamente conscientes de la necesidad de investigar más sobre las gramáticas de la producción y las gramáticas del consumo de los diversos textos/discursos mediáticos que, en las sociedades contemporáneas, son el punto de partida y, también, el punto de llegada de las múltiples significaciones o valores en uso sobre la realidad social en devenir; corolario de su trabajo cotidiano en el seno de las organizaciones mediáticas. ●

## REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

### LIBROS

- Almeida, Ileana y Arrobo Rodas, Nidia, *Autonomía indígena frente al Estado-nación y la globalización neoliberal*, Ediciones Abya Yala, Quito, 2005.
- Balmayor, Emilce, *"La enunciación del discurso" Recorridos semiológicos*, Buenos Aires, Editorial Universitaria de Buenos Aires (Eudeba), 1998.
- Charadeau, Patrick, *El discurso de la información. La construcción del espejo social*, Editorial Gedisa, Barcelona, 2003.
- Filinich, María Isabel, *"Enunciación"*, Buenos Aires, Editorial Universitaria de Buenos Aires (Eudeba), 1998.
- González, Norberto, *La interpretación y la narración periodísticas. Un estudio y tres casos: Croacia, drogas, mujer, Plamplona*, Ediciones Universidad de Navarra S.A., 1997.
- Komblit, Analía, *Semiótica de las relaciones familiares*, Buenos Aires, Editorial Paidós, 1984.
- Mc Combs, Maxwell, *Estableciendo la agenda. El impacto de los medios en la opinión pública y el conocimiento*, Buenos Aires, Paidós, 2006.
- Mcquail, Denis, *Introducción a la teoría de la comunicación de masas*, Barcelona, Paidós, 1991.
- Pereira, Alberto, *Lingüística para comunicadores*, Quito, Editorial Universidad Politécnica Salesiana (UPS), 1999.
- ———— *"Discurso televisivo y narrativa audiovisual. Perspectivas hermenéuticas de la enunciación"*, Quito, Universidad Andina Simón Bolívar, 2004.
- Rodrigo Alsina, Miquel, *La construcción de la noticia*, Barcelona, Paidós, 1989.
- ———— *Los modelos de la comunicación*, Editorial Tecnos, Madrid, 1995.
- Verón, Eliseo, *Construir el acontecimiento. Los medios de comunicación masiva y el accidente de la central nuclear de Three Mile Island*, Barcelona, Editorial Gedisa, 1987.

### TESIS Y/O PROYECTOS DE INVESTIGACIÓN

- Armijos Robles, Andrea y Bautista Molina, Susana, *"Análisis del discurso mediático sobre la aplicación de justicia indígena en el caso Brujas de Calhuasig"*. Quito, Universidad Central del Ecuador, 2005.
- Auz Imbaquingo, Edwin y Miguel Cuenca Calero, *"La demanda indígena de plurinacionalidad: el tratamiento de la prensa nacional ecuatoriana 1990-1998"*. Quito, Universidad Central del Ecuador, 2001.
- Endara Tomaselli, Lourdes, *"Imagen del indio en la prensa ecuatoriana durante el levantamiento de 1990"*. Quito, Pontificia Universidad Católica del Ecuador, 1997.
- Fuentes, Carla, *"Indio manipulado, indio mítico, indio el otro. El imaginario del indígena a través de los medios escritos desde 1990, los 500 años y la Guerra del Cenepa"*. Quito, Pontificia Universidad Católica del Ecuador, 2000.

# Cine y Literatura

Miguel Littin\*

## RESUMEN

A partir de una buena y representativa cantidad de ejemplos, el ensayo consigue demostrar la diferencia de dos manifestaciones estéticas que, con mucha frecuencia se han yuxtapuesto y han auxiliado mutuamente: cine y literatura. La primera, con largueza, es la que más se ha servido de la segunda; pero ello no ha significado que pudiera alcanzar – por muchas y

magníficas imágenes que pudiera mostrar- la sutileza inimaginada de la poesía, la polisemia de esta palabra. Son una hermosa pareja, que al unirse nos deslumbran mediante lenguajes y semióticas distintos. El encuentro entre cine y literatura, en palabras del autor, "es la crónica de una infidelidad anunciada"; tanto que "La película más fiel a la literatura será aquella que más se aleje de su apariencia formal para vivir de una manera diferente".

\* Director de cine chileno, nació en Palmilla en 1942. Ha sido galardonado por filmes como *El chacal de Nahueltoro*, *El recurso del método*, *Alsino y el cóndor*, *Acta general de Chile*, *Los naufragos*, *Crónicas palestinas*, entre otros títulos. Ha sido nominado a los premios Oscar, al Festival de Cannes y Festival de Berlín.

**Filmografía:** *Por la tierra ajena* (1965), *Compañero presidente* (1971), *La tierra prometida* (1974), *Actas de Marusia* (1975), *Crónica de Tlacotalpan* (1976), *La viuda de Montiel* (1979), *Allende: Il tempo della storia* (1985), *Sandino* (1990), *Tierra del Fuego* (2000), *La última luna* (2004).

## PALABRAS CLAVE

- Cine
- Literatura
- Imagen
- Tiempo
- Sueños...

La relación entre la literatura y el cine es la crónica de una infidelidad anunciada. En efecto, Pier Paolo Pasolini, el gran cineasta italiano, definía el cine como la fragmentación del tiempo y del espacio. Andréi Tarcovski, el cineasta ruso, como una estatua en movimiento.

Definir la literatura sería una tarea imposible. El placer de narrar se inicia con el primer hombre que, al cerrar los ojos, comenzó a imaginar. El primer filme -de haber existido la técnica de imprimir imágenes en movimiento-, con toda seguridad, habría sido filmado por Homero, quien en la oscuridad de su ceguera, vio primero antes que narrar. La Odisea, primero, fue imágenes y luego palabras. Sin embargo, Cervantes inicia el Quijote describiendo su novela -como en un gran plano general- el

lugar de los sucesos: "En un lugar de la Mancha, de cuyo nombre no quiero acordarme,..."; plano y contraplano, paisaje y protagonista; narración y narrador, punto de vista; insinuación a soñar, escuchar e imaginar. He ahí las primeras coincidencias pero también las grandes diferencias, entre el cine y la literatura.

El cine proyectaría la imagen de la Mancha, extensa y tensa como el cuero reseco de un tambor africano, como el cuero de un animal muerto en el espacio infinito y sin fronteras de una pantalla; en cualquier caso, una visión ya definida. La literatura invitará al lector a imaginar y ser, en consecuencia, su propio narrador. Buñuel imagina, propone e insinúa múltiples lecturas en el Perro Andaluz: una navaja que corta un ojo; la luna cruzada por el filo de la navaja. La imagen está allí para ser interpretada; pero en poesía, cuando Huidobro interroga: ¿Qué irías a ser ciega que Dios te dio esos ojos, que irías a ser muda que Dios te dio esa boca? "Eres más hermosa que el relincho del potro en la montaña". El potro y la montaña tendrán las dimensiones,



el color de los ojos y de la boca que yo, lector, les dé a mi arbitrio. El poeta me permite crear mi propio imaginario y así escribir como Neruda "...los versos más tristes esta noche", "yo la quise, a veces ella también me quería". Ella tiene el rostro de mis vivencias; ella es única. No compartida con nadie, y mis versos tienen la dimensión de lo insondables. Cómo convertir en imagen: "Es tan corto el amor, y es tan largo el olvido".

En el Ciudadano Kane, Welles guía mis ojos por una gran montaña, extiende su mirada en largo "traveling", plano en movimiento, traspasa espacios hasta penetrar en la boca de un hombre moribundo que pronuncia su última palabra. Rosebud y la palabra queda resonando, abriendo las puertas del misterio literario. Cine y literatura, quizás, por la primera vez uno mostrando, y la palabra, insinuando y creando la interrogante que permita el desarrollo de la historia. Porque, en definitiva, ¿de qué se trata, sino de narrar una historia y seducir con imágenes y palabras que contienen imágenes?

"Muchos años después, frente al pelotón de fusilamiento, el general Aureliano Buendía había de recordar aquella tarde remota en que su padre lo llevó a conocer el hielo. Macondo era entonces una aldea de veinte casas de barro de cañabrava..." Este párrafo es, sin duda, el inicio de una película que todos quisiéramos ver, sin embargo, muchos años después, no lo permite... Es literatura, no descripción de imagen, tiempo no explicado, tiempo que aún no conocemos: incoloro, difuso, repentino; ahí se queda e impulsa nuestra curiosidad para seguir leyendo... El pasado que no entrega el tiempo presente del cine. Macondo era entonces, no hoy, entonces, en aquel tiempo pretérito propio de la literatura como lo es. El "Vine a Comala" de Juan Rulfo, párrafo de arranque de su famosa novela, "porque me dijeron que acá vivía mi padre, un tal Pedro Páramo", ¿cómo imaginarlo? Un campesino hablando en la extensión del páramo, ¿y por qué no en medio del estruendo de una ciudad moderna? La literatura me da la libertad de imaginarme cosas distintas, el cine lo ilustraría de

manera incontestable, y ¿cómo ilustrar "El rencor vivo?" La respuesta a la búsqueda del padre que da Juan Rulfo.

La literatura y el cine yuxtaponen el tiempo y el espacio; palabras que inducen a planos emotivos diferentes, imágenes que conducen y restringen el espacio, ambas seduciendo y envolviéndonos en la magia del relato. La película más fiel a la literatura será aquella que más se aleje de su apariencia formal para vivir de una manera diferente. El Gatopardo es una novela de Lampedusa, ¿qué duda cabe?; pero es también una película de Visconti: suntuosa, grandilocuente, al borde del melodrama, tan caro al cine de Visconti. La novela en cambio es sobria, seca, dura como el carácter del príncipe de Salinas, quien por cierto no tiene en principio el rostro de Burt Lancaster, el actor que lo personificó, más cerca de la imagen de Luchino Visconti que del propio Lampedusa. ¿Quién es entonces el autor? Ambos; uno y otro, en diferentes lenguajes, nos narran la decadencia de la grandeza; señoríos en la Sicilia del que todo cambie para que todo siga igual. Tiempos

de Garibaldi, la revolución en la calle, en los suntuosos salones y entre las flores, hileras de bacinicas, el gran baile donde todo se transa, donde todo se cambia, donde finalmente la frase que resume el conjunto de situaciones será lapidaria y literaria. "Que todo cambie si queremos que todo siga como está".

Lo que no será literario será el baile del Gatopardo con la hermosa burguesa, su futura sobrina, la tensión del príncipe seducido por la belleza y juventud de ella, el temblor de su abrazo al ceñirle por la cintura e iniciar el vals infinito por los amplios salones sin horizontes, si no el fin del mundo social establecido que se derrumbaba o el fin de la juventud, el fin de la vida. El príncipe llorando frente al espejo que muestra en su rostro las inevitables huellas de los tiempos. Cine siempre, en planos, en espacios, en luz y, sin embargo, paradójicamente, tiempo después de filmada la secuencia cumbre de la novela de Lampedusa, Visconti confesará que esa escena está inspirada en el baile de Carlota, descrita en el Werther de Goethe. La obsesión es la misma en "La

muerte en Venecia”, profesor de música, a quienes muchos han querido ver a Mahler, seducido hasta la extenuación y el delirio por la juventud del joven Fabricio. Esta vez la novela es de Thomas Mann; pero nuevamente el filme es de Luchino Visconti

A mi juicio, siempre el cine ha estado ligado a la literatura y en ésta ha encontrado su sustento narrativo, y es un hecho reconocido que, en el último tiempo, el uno ha estado influenciando al otro. García Márquez lo ha dicho en innumerables oportunidades, que su primera vocación era el cine. Sin embargo, siempre se negó a que Cien Años de Soledad fuera llevado al cine. Su explicación es clara y contundente: cuando Remedios, la bella, sube al cielo en cuerpo y alma, el lector puede imaginársela como quiera; sin embargo, en el cine ella tendrá el rostro de la actriz que la interprete, y dejará de ser Remedios, la bella, propia del reino de la literatura y de la imaginación individual, y ésta será acorde con la noción más que concluyente a la luz de lo expuesto anteriormente. Eisenstein, el más grande cineas-

ta de la antigua unión Soviética, nunca negó la influencia literaria; es más, compuso sus filmes mudos siguiendo el ritmo de la prosa y de la poesía y de la música; de esa manera descubrió el montaje, y le dio al cine el ritmo de una sinfonía. Luego cuando el cine se hizo sonoro filmó Alejandro Nevky, combinando magistralmente el gesto y la palabra para fusionar más tarde en Iván el Terrible la concepción literaria y la imagen a la que agregó el color, para dar nacimiento al cine moderno.

Decía antes, que para ser fiel al cine es necesario serle infiel a la literatura; por lo menos en apariencia. Cuando adapté al cine la novela de Alejo Carpentier, genial y barroco autor del concepto de lo real maravilloso, desde un comienzo me propuse narrar la esencia de la novela, sin respetar el orden narrativo de ésta, ni menos aún su cronología. Carpentier estuvo de acuerdo, y después de varios meses de trabajo cuando tuvo el guión en sus manos, me envió un hermoso telegrama, pleno de entusiasmo; es más, durante el rodaje le pedí

escribir nuevas escenas, lo que hizo al pie de cámara, lápiz en mano y entregando nuevos diálogos a los actores de su propia mano.

En esa como en otras experiencias en que basé mi trabajo en una obra literaria, en primer lugar, indagué en lo más profundo de las esencias del autor; meses en bibliotecas hurgando en fotografías para encontrar la luz adecuada a las atmósferas de la novela; luego en los lugares descritos por el autor, en la biografía de los personajes vivos o muertos, de modo que el texto tomara nuevamente el aire de la vida. En el Recurso del Método, que España se llamó inexplicablemente *El Dictador*, y se exhibió con una hora menos del original, encontré texturas de un mundo para mí desconocido: el trópico, dimensión distinta de la vida, la luz que hace estallar la mirada y de tanta luz no ver, sino sombras simulaciones del ser; es decir, el poder, ejercicio sin consideraciones; más allá del bien y del mal, no el concepto del bien común heredado de los comuneros españoles sino el poder omnímodo, mestizo y cruel, pagano;

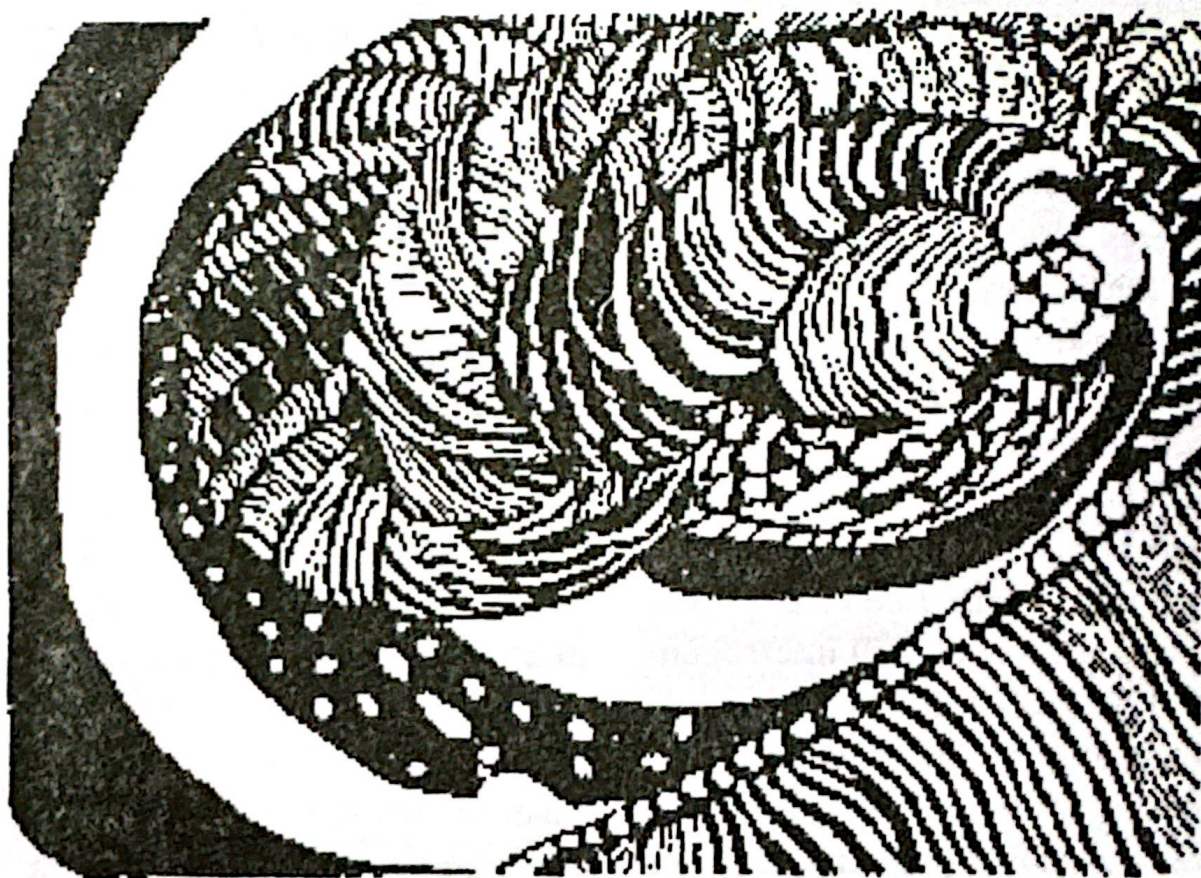
sincretismo de creencias; ausencias de ideas; método y uso de los instrumentos de dominación; personaje central: la hamaca una forma de levitar en sueños y de ejercer el poder en la tierra. "Este es el aire de mi aire" —decía el dictador cruzando en rumoroso ferrocarril las montañas de Veracruz en México-, y a esa visión, sumadas las palabras y a esas palabras yuxtapuestas las montañas, buscando cazar el aire para que así fuera "el aire de su aire".

En la *Viuda de Montiel*, basado en el relato de Gabriel García Márquez, éste me preguntó por el guión. Antes de iniciar el rodaje, es escribir con la cámara deteniendo el tiempo; atrapando actitudes, texturas, colores, amanecidas, crepúsculos y anocheceres, cazándolos en forma irrepetible, porque así como nadie puede bañarse dos veces en el mismo río, nadie podrá ver enrojecer la tierra en forma similar, ni volar un pájaro, ni amanecer igual a otro. Excepto viendo nuevamente una película. Le estiré, frente a sus ojos asombrados, dos libretas chinas compradas en una librería

de Saint Germain Despres, en París, donde inexplicablemente, buscaba la soledad de la viuda, al morir José Montiel... Ambas libretas estaban en blanco. Gabo me miró extrañado con una mezcla de asombro y auténtica curiosidad y yo, como respuesta, le recité la frase con que comenzaba su relato: Al morir José Montiel todo el pueblo se sintió vengado menos su viuda. Ese es el guión. Dije al responder a su interrogante. Por qué el pueblo se siente vengado y no su viuda. La respuesta es la película; amor y odios; pasiones políticas, el poder y la venganza. La luz del trópico contra las ventanas las habitaciones inundadas de luz de un pueblo que encontramos al sur de Veracruz navegando por el río Papaloapan; río de las mariposas donde un día enfermó de enfermo Neruda, de esa enfermedad incurable que se llama nostalgia. Tlacotalpan se llama ese pueblo, y allí como hace cien años están las casas con las puertas abiertas, los pianos de cola flotan en los jardines anegadas por la lluvia de siglos, y en las paredes de los salones vacíos cuelgan los retratos de señoras escotadas y de

severos caballeros vestidos de negro mirando los inmensos comedores con la vasija puestas, traídas por barcos desde Marsella y que esperan que sus dueños regresen a sentarse y a dormir en las camas amplias protegidos por los mosquiteros de tules rosados, y que por las calles de tierra cruzan los circos con bailarinas sobre los blancos caballos de los sueños; esa era la película, allí estaba su atmósfera, la respiración y su vida.

Cuando triunfó la revolución nicaragüense, que fuera nuestra última utopía compartida con Cortázar, me invitaron a filmar una película; recorrí el país y no se me ocurrió nada. Leí novelas estremecedoras, escritas entre las balas por los jóvenes comandantes o las bellas guerrilleras; pero no se me ocurrió ni una sola imagen. Sin embargo, una tarde en un valle llamado Tiuntampeque, sembrado de piñales, dormitando bajo un árbol, vi todo claro, y recordé de pronto una historia que me leía mi madre cuando yo era niño y vivíamos en Palmilla, una aldea chilena perdida en el valle central. Pedro Prado era el autor



FLORES  
Nathalia Cruz

del libro, y recordaba de memoria frase por frase, párrafo a párrafo, tal es la condición de las palabras; vi colores, personajes y todo me pareció familiar, conocido, propio mío, y entonces nació la película a imagen y semejanza de la historia de Nicaragua, la joven revolución que quería volar; pero para volar es necesario, si no se tiene alas, pagar un precio. Alcino lo había pagado en la novela, al querer volar se lanzaba desde un árbol y al caer en tierra del golpe

le nace una joroba, pero de la joroba le nacían alas.

Esa era la película, he ahí la raíz literaria, la raíz que empuja, que se difunde hasta desaparecer; para nacer de nuevo a través de otro lenguaje. Pero hay un yo que cuenta; yo soy quien te cuenta la historia y es mi punto de vista, y en eso el cine se emparenta con Faulkner y con Rulfo; y, claro está, hablamos del punto de vista unidimensional, el ojo del ciclo-

pe. Picasso marcando para siempre la historia del siglo veinte, y ya ningún escrito, ni película ni sinfonía sonará igual después del Guernica, o ninguna mujer tendrá menos de tres narices como las señoritas de Aviñón, porque el arte es uno solo, y el cine la más joven de las técnicas; apenas cien años y se nutre de todos. Por ello también se afirma que es un arte bastardo. Sí lo es, en la medida que no tiene fronteras, ni es posible definirlo todavía porque recién inicia su andadura; y si hoy es representación y le debe mucho al teatro, también mañana será insinuación, sombras chinecas nuevamente; pero acompañadas del sonido inexorable de las palabras que nos conducen por las realidades imaginadas.

Por ahora es posible afirmar que una forma se transmuta en otra, al pasar de vasija en vasija, pero sin que cambie el sabor y el color del vino. Tarkovski, uno de mis cineastas preferidos, en "El Espejo"; un bello filme autobiográfico, acompasado a la voz de su padre recitando sus propios poemas, los envuelve en colores y formas, y el hilo central de su dramaturgia es

una mujer, su madre que recorre usinas, fábricas, pequeños departamentos, las inmensas calles de Moscú, llevando entre sus manos los manuscritos del padre, que recita en la banda sonora, mientras ella busca en el pasado quien imprima los poemas que escuchamos en el presente.

Literatura y cine unidos indisolublemente, como en André Rumbloy, la vida de un montaje en la Rusia medieval, pintor de iconos que ha hecho una promesa de mudez y encuentra un niño que descubre cómo construir y hacer sonar campanas, y juntos se van por el mundo; el uno pintando santos y vírgenes Bizantinas, y el otro construyendo campanas. Y es Brugüel, el viejo, y es la mirada de Dios sobre la aldea, y es cine y literatura fundido a fuego en algo que no sé cómo llamarlo, sino milagro estético; como así mismo, en El Evangelio según San Mateo, Passolini muestra las texturas de la tierra de una Palestina que es piedra en la piedra, como Macchu Picchu de Neruda, y de un Cristo que busca piedra en la piedra y en el fondo una lágrima. Carbón sobre carbón

y en el fondo el rojo goterón de la sangre.

Contaba Nelson Pereira Dos Santos, cineasta brasileño creador del movimiento Cinema Novo de gran trascendencia en América Latina, que mientras intentaba realizar un documental sobre los campesinos del nordeste brasileño y mientras tomaba apuntes para escribir el guión, consultaba una novela: *Vidas Secas* de Graciliano Ramos, y de pronto se dio cuenta que todo lo que quería contar acerca de esas gentes, estaba en la novela: situaciones, personajes, diálogos, y como consecuencia filma, entonces, a partir de ésta, su extraordinario filme: *Vidas Secas*. La literatura era más fuerte que la visión diaria de la vida, podríamos decir que ella ya estaba.

La fuerza evocativa de la literatura, la impronta del cine, la capacidad de concretar en imágenes que parecen sueños colectivos, en experiencia individual; es decir, Jung y Freud, ambos enredados entre las sombras del inconsciente y del consciente colectivo, hacen la fusión de cine y literatu-

ra: Homero y Eisenstein, Calderón de la Barca y Buñuel. Bergman, quien a mi juicio es el cineasta que más ha profundizado en el alma humana en busca del SER, el genio juguetero pleno de temura de Fellini; Gonzalo Rojas, genio Luciferino, y la picardía de Almodóvar; todos ellos se unen en el placer de narrar juegos e historias a través de la luz de la lectura, y en la oscuridad de la sala de proyección intervenida mágicamente por el haz de la luz luciferina que enciende. Desata sueños y pasiones: el cine.

Yo sueño que estoy aquí de estas prisiones cargando, diría Calderón, y he soñado que en otro estado más lisonjero me vi; ¡qué gran película!, ¡qué gran literatura! En conclusión, y sólo por ahora diré, que no comparto la afirmación de que "una imagen vale por mil palabras"; y, sin embargo, sí creo que una palabra induce a cien imágenes. Termino con las palabras de Shakespeare dichas por Hamlet; palabras plenas de misterio y sugerencia final o inicio de próximas secuencias cinematográficas y aventuras literarias:... El resto es silencio. ●



# Observatorios y representaciones



# Observatorios y Veedurías de Medios:

## Nuevos fundamentos y prácticas para la democratización de las comunicaciones

---

María Soledad Segura\*

### RESUMEN

**S**e abordarán las condiciones de emergencia de los observatorios de medios en Latinoamérica y el problema de su legitimidad. Luego de considerar su

novedad como práctica de democratización de las comunicaciones, se analizarán las tradiciones que recuperan, de cuáles se distancian y qué innovaciones introducen en los debates sobre comunicación y política.

---

\* Argentina. Licenciada en Ciencias de la Información y Magister en Comunicación y Cultura Contemporánea de la Universidad Nacional de Córdoba (UNC) y doctoranda en Ciencias Sociales de la Universidad Nacional de Buenos Aires. Becaria de Postgrado del Consejo Nacional de Investigaciones Científicas y Técnicas. Profesora Asistente en la Escuela de Ciencias de la Información e integrante del Programa de Estudios sobre Comunicación y Ciudadanía del Centro de Estudios Avanzados de la UNC.

## PALABRAS CLAVE

- Observatorios de medios
- Condiciones
- Legitimidad
- Comunicación
- Política.

La democratización de las comunicaciones ha sido una preocupación histórica en los estudios y prácticas del área en América Latina. Sin embargo, hoy se están produciendo experiencias novedosas que vinculan la comunicación con la ciudadanía, como los Observatorios y Veedurías de Medios de Comunicación. Se analizarán aquí las prácticas de estas organizaciones en Latinoamérica con el objetivo de dilucidar qué nuevos ejes plantean a los debates sobre comunicación y política.

Considerados los análisis descriptivos ya realizados por gran parte de la bibliografía existente sobre estas experiencias en la región, nos centraremos aquí en dos cuestiones. Primero, abordaremos las condiciones sociales de emergencia de los observatorios y veedurías de medios en vinculación con el

problema de la construcción de su legitimidad. Luego, tomando en cuenta la novedad de estas prácticas en la historia latinoamericana de propuestas de democratización de las comunicaciones, nos preguntaremos qué tradiciones recuperan, de cuáles se distancian y qué innovaciones introducen en los debates sobre la relación entre comunicación y política.

### Una larga historia

Los debates sobre los modos de democratizar las comunicaciones constituyen un histórico eje central en los estudios y prácticas de comunicación en Latinoamérica. Así, en la posguerra y durante la guerra fría, predominó en las prácticas y en la "importación" de las teorías difusionistas desarrolladas en los Estados Unidos, una perspectiva de la comunicación para el desarrollo, donde los medios de comunicación eran utilizados como instrumentos para generar un "clima favorable" a la difusión de las innovaciones tecnológicas y al cambio de conducta requerido para dejar atrás la sociedad tradicional y dar paso a la modernización, de acuerdo con

las teorías desarrollistas impulsadas en la región por la CEPAL y financiadas por los gobiernos de Estados Unidos, Alemania y Holanda, y por la ONU y la OEA. El Gobierno de los EEUU promovía el libre flujo de la información, a tono con el libre flujo de mercancías. El sujeto de las transformaciones serían los sectores medios y el desarrollo se pensaba a imagen y semejanza de los países centrales.

En la década de los sesenta, mientras se consolidaban los procesos de liberación e independencia de las antiguas colonias, investigadores latinoamericanos impugnan las premisas del desarrollismo y realizan aportes conocidos como teoría de la dependencia mientras que, en comunicación, cuestionan las teorías difusionistas, se avanza en estudios de economía de medios y se realizan aportes teóricos y prácticos de comunicación popular o alternativa. Los sujetos de la transformación eran los sectores populares —considerados esencialmente opositores al statu quo— quienes, a través de la “toma de conciencia” impulsarían procesos de desarrollo independien-

te. Por eso, se consideraba imprescindible disputar la propiedad de los medios y el emisor de los mensajes: las prácticas de comunicación alternativa son desarrolladas por campesinos, indígenas, mineros y otros obreros que se apropian de la tecnología de la radio para producir sus propios mensajes.

En los años setenta, continúa una gran productividad teórica y práctica en la región. El Movimiento de Países no Alineados asume la tensión Norte-Sur —aunque no deja de estar atravesada por la Este-Oeste—, impulsa el Nuevo Orden Mundial de la Información y la Comunicación (NOMIC) y reclama que el flujo de información no sólo sea libre, sino también equilibrado. Este debate se traslada a la UNESCO, que produce el informe MacBride que es aprobado en 1980 por la Asamblea General de la ONU, a pesar de la férrea oposición de los países centrales.

En los ochenta, los procesos de transición democrática en Latinoamérica se desarrollan en el marco de la crisis de los



EL DIABLO  
Nery

Estados de Bienestar y la avanzada del neoliberalismo. Luego del fracaso de las políticas impulsadas por el NOMIC y el informe MacBride, en el campo comunicacional se registra un repliegue tanto en la producción teórica como en la práctica. En las prácticas de comunicación

para el desarrollo o comunicación alternativa que continúan, el sujeto popular comienza a ser comprendido como contradictorio y complejo, atravesado por lo urbano y lo masivo, y no necesariamente crítico ni opositor. Las teorías de la recepción desarrolladas desde diferentes perspec-

tivas son, en muchos casos, aplicadas de modo populista para sustentar la autonomía y libertad del receptor, para hacer uso de los mensajes de los medios a tono con la soberanía del consumidor para elegir productos en el mercado.

En la década de 1990, el desarrollo tecnológico de las redes informáticas y la digitalización de la información, sumado a la consolidación de las políticas neoliberales, permiten expandir un imaginario tecnoutópico (iniciado en los años setenta), que ve en la tecnología la salida a la crisis económica (se habla de la “*new economy*”) y para la democratización de la sociedad (“democracia en tiempo real”). El debate multilateral sobre los flujos de información pasa entonces a un organismo técnico, el GATT, actual OMC, que impulsa políticas de privatización y desregulación de las telecomunicaciones, desde una perspectiva de la comunicación como servicio mercantilizado. El G7 impulsa la noción de “sociedad de la información”.

Luego de que en el 2000 la gran caída de los valores bursátiles de

la tecnología provocara la quiebra a muchas empresas del sector, con lo que se diluyó la ilusión de que la tecnología salvaría a la economía, y de que en el 2001 los atentados a las torres gemelas y luego las guerras de Afganistán y de Irak pusieran en cuestión los mitos del *softpower* y de la democracia de las redes (Mattelart, 2005: 30- 31), la ONU reflota las teorías tecnófilas en el debate multilateral al convocar a la Cumbre Mundial de la Sociedad de la Información.

Sin embargo, también las organizaciones sociales y los académicos han retomado el debate y la iniciativa para impulsar reformas del sistema comunicacional tendientes a promover la democratización y un modelo de desarrollo equitativo. Los movimientos sociales por la democratización de las comunicaciones, en este nuevo milenio, desarrollan estrategias de acción, tanto en alianza con otras organizaciones que proponen la democratización de las relaciones sociales en diversos ámbitos, como fue la progresiva inclusión de este debate en los Foros Sociales Mundiales, como

frente a los Estados, las organizaciones supranacionales y las empresas, como sucedió en la Cumbre Mundial sobre la Sociedad de la Información.

### **La cuestión de la legitimidad**

En ese marco, se expandieron las experiencias de observatorios y veedurías de medios de comunicación en los cinco continentes. Los observatorios de medios suelen enfatizar el seguimiento, monitoreo o investigación de la información que difunden los medios, mientras que las veedurías se caracterizan por un trabajo de mayor movilización e intentos de incidencia en las políticas de comunicación. Ambos son iniciativas de la sociedad civil: de universidades, gremios y asociaciones de profesionales de la comunicación y periodistas, y/ u otras organizaciones sociales. En Latinoamérica, hay observatorios y veedurías en Argentina, Brasil, Chile, Uruguay, Paraguay, Perú, México, Venezuela, Colombia y Ecuador.

Las condiciones sociales de emergencia de estas nuevas

figuras en Latinoamérica se vinculan con dos procesos articulados: la crisis de credibilidad de los medios y la crisis de representación de la política. La crisis de credibilidad de los medios de comunicación se manifiesta en las distancias entre la información y la representación de los problemas sociales que ofrecen y las demandas y expectativas de la sociedad, en la invisibilidad de unos temas y actores o la legitimación de otros, y en los modelos de construcción de la información, el periodismo y los medios (Rey, 2003).

El surgimiento de los observatorios y veedurías se conecta también con la fractura de la representación y participación política, con la desestabilización producida por los graves problemas económicos de la región, que pone en cuestión la sustentabilidad del sistema económico, el poder afianzado de las compañías transnacionales en sectores estratégicos, el empobrecimiento de capas sociales que habían conformado una estructura social móvil y variada (Rey, 2003).



Esta doble crisis mediática y política se manifiesta en problemáticas coyunturas locales y nacionales, frente a las cuales surgen los observatorios, generalmente junto a movimientos de democratización de las relaciones sociales en otros ámbitos. En cada sociedad, por lo general, responden a necesidades sentidas, como la paz interna en Colombia, la democratización luego del fujimorato en Perú, la polarización política en Venezuela, o la recomposición social y política en la Argentina luego del 2001.

Surgidos luego de décadas de neoliberalismo en la región, en estas condiciones de fractura de la confianza en las organizaciones políticas tradicionalmente representativas, y de devaluación de la política como deliberación y participación colectiva en la construcción del bien común, y del Estado como ente regulador de la vida social, los observatorios y veedurías de medios necesitan construir su legitimidad. Esta cuestión se torna central para organizaciones que, en ese marco, reivindi-

can la política, la acción ciudadana y los derechos. Es un problema crucial también porque se trata de organizaciones que pretenden incidir en la formulación de políticas públicas y en las prácticas de los medios de comunicación, periodistas, gobiernos y ciudadanos.

La legitimidad que procuran construir estos emprendimientos se juega en varios frentes. Uno de sus fundamentos son las características de sus trabajos: sus observaciones —en la mayoría de los casos— son monitoreos sistemáticos y realizados con metodologías rigurosas que exponen sus presupuestos, fundamentos y técnicas, y que, al exponerlos, los somete a la crítica y la contrastación. Sin embargo, algunas de estas experiencias se caracterizan por asumir posturas “denuncistas” y/ o se basan en la elaboración de artículos de opinión. Este tipo de enfoque de análisis crítico de medios, si bien los constituye en herederos, también los diferencia de las corrientes que procuraban desmontar la ideología subyacente en los mensajes de los productos de la cultura de

masas<sup>1</sup>. En estas experiencias ya no se busca poner al descubierto cómo la ideología se manifiesta en las estructuras culturales, sino que se pretende mostrar cómo se construyen sujetos, espacios, ideas, valores y opiniones de modo contradictorio y complejo; cómo se produce "lo común" en los medios.

Estas observaciones son colectivas, pero no representativas. Antes que instancias de representación, los observatorios y veedurías se proponen como lugares de participación. Por eso, también necesitan construir otro tipo de legitimidad. Esta legitimidad suele provenir también de su pertenencia institucional a organizaciones sociales, académicas y gremiales, relativamente autónomas frente a los poderes político y mediático.

Estas experiencias proponen las observaciones que producen como miradas particulares entre otras posibles. Las reconocen

situadas y contingentes. Por eso, necesariamente deben enriquecerse y confrontarse con otras miradas provenientes de otros lugares de la sociedad para, en el juego de perspectivas, comprender el complejo papel desarrollado por los medios. A diferencia de otros enfoques, no es una mirada verdadera, la que muestra la verdad oculta tras la mentira mediática, sino una mirada otra, que requiere la complementariedad y el debate.

Por otra parte, el cumplimiento de un rol fiscalizador, de control de los poderes mediáticos establecidos, no alcanza a convertir a los observatorios en una contribución a la democracia y la ciudadanía si sus observaciones no contribuyen a la acción colectiva transformadora, a la acción política. Por eso, la dimensión ciudadana de los observatorios no proviene sólo de las instituciones que las impulsan, ni se funda sólo en sus temas de observación; sino que se manifiesta sobre todo en su articula-

1 "Para leer al Pato Donald", de Ariel Dorfman y Armand Mattelart, publicado en el Chile gobernado por Salvador Allende en 1972, es un ejemplo paradigmático de este tipo de estudios.

ción con organizaciones o instituciones que están trabajando por la democratización de otros ámbitos de la vida social. Son experiencias que, aunque recientes, han ido construyendo y poniendo a prueba su legitimidad como herramientas para la acción ciudadana (Ver, entre otros, Rey, 2003).

De este modo, los observatorios constituyen un aporte para las organizaciones sociales, para el trabajo periodístico en las negociaciones cotidianas con editores y dueños de medios, para la sociedad para comprender el papel que los medios están jugando hoy, y para tener elementos de juicio y argumentos más rigurosos para sostener sus críticas, para que los dueños de medios y periodistas se sientan observados y sepan que su credibilidad y legitimidad está en juego, y para que el Estado disponga de más y mejores elementos para diseñar y aplicar políticas de comunicación.

### **Frente a los medios, los periodistas y el Estado**

Los observatorios y veedurías parten de reconocer la centralidad

que en nuestra sociedad tienen los medios de comunicación masivos para la construcción de ideas, valores y opiniones, y como una de las principales fuentes de información y conocimiento para grandes sectores de la población. En nuestras sociedades esta situación se ha agudizado en las últimas décadas a causa de la profundización de las violencias y exclusiones urbanas (Martín Barbero, 2006: 149). Así, la población consume medios “como modo de integración a esa comunidad a la que, en caso de no pertenecer, refuerza las inseguridades y exclusiones existentes” (Mata, 2008). Los medios constituyen uno de los dispositivos sustantivos de producción de esta conciencia común (Mata, 2008). Por lo tanto, esta integración a la sociedad con base en un saber compartido acerca de los otros y del mundo en que vivimos se construye a partir de formulaciones externas a la propia experiencia, producidas unidireccionalmente y de modos muy semejantes por una minoría que controla los medios de comunicación masivos, “que ordenan no sólo los temas sobre los que debe pen-

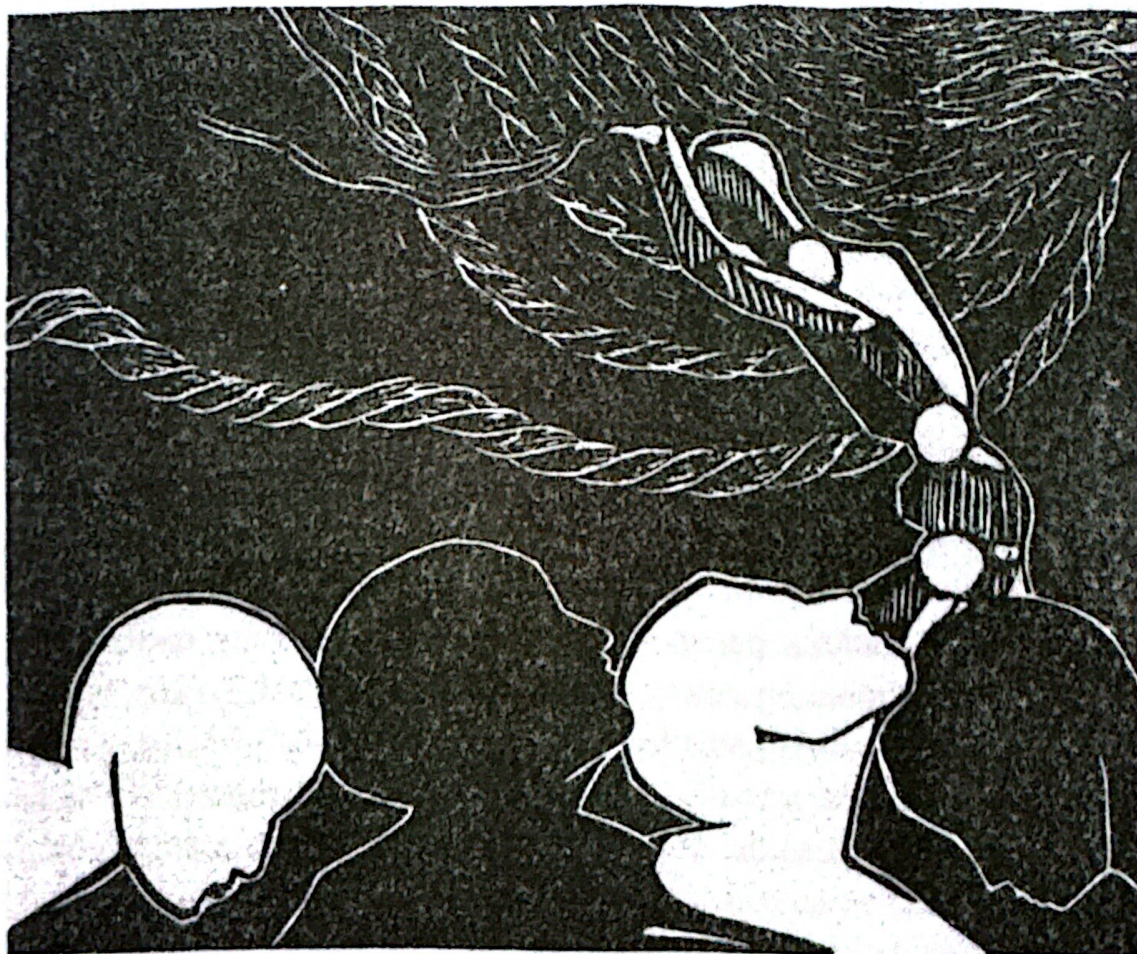
sarse y opinarse sino acerca del modo en que ello debe hacerse” (Mata 2008), pero que son aceptadas como necesarias. Estas construcciones tienen, sin embargo, un “carácter altamente ‘desintegrador’ en virtud de su capacidad de exclusión de actores, temas, discursos, de la esfera pública” (Mata, 2008).

Si bien reconocen esta centralidad de los medios masivos, las experiencias de observatorios y veedurías asumen que no son los únicos constructores del espacio público, sino que éste también se define en el espacio urbano, en cuya configuración el Estado tiene un rol central y de la que también participan organizaciones sociales. Asumen, por lo tanto, la existencia de complejas interacciones entre ellos y diversas instituciones sociales encargadas de la cohesión y el control social como el Estado, los partidos políticos, la familia y la escuela.

Dado que los consideran centrales en la configuración del espacio público, es que –a diferencia de experiencias anteriores– los integrantes de los observatorios y

veedurías consideran que la lucha central es por otro tipo de medios, con una concepción diferente de la comunicación. Estas experiencias promueven el derecho a la comunicación como superador de la libertad de expresión, de prensa y del derecho de acceso a la información pública a los que consideran limitados: “La parcialidad que tal derecho (a la libertad de expresión) exime es evidente pues sólo sirve para quien puede ejercerlo en el campo público. Quedan por fuera millones de personas que aunque deseen tener derecho a la palabra pública, no tienen acceso a ella y muchísimos otros que por diversas condiciones sociales, culturales, religiosas, de género u otras se sienten incapaces de asumirla o tienen miedo” (Alfaro, 2004).

En los observatorios conciben a los medios como bien y servicio público. Proponen que sean espacios públicos de producción diversa de la comunicación, como condición de posibilidad de que el ordenamiento cotidiano de nuestras vidas y nuestras percepciones sobre su configuración, sean definidos desde múltiples experien-



ME MIRAN  
Karina

cias de los grupos y sujetos que conforman la sociedad. Consideran que los medios, en tanto centrales en la configuración de lo público, deberían ser escenarios en los cuales los diferentes sectores sociales pudieran manifestarse públicamente, saber acerca de los otros y conocer múltiples versiones de lo que sucede. Estas nuevas figuras, por lo tanto, no sólo analizan los medios, sino que propo-

nen una visión prescriptiva sobre el papel que deberían tener.

Sin embargo, este deber ser está reñido con la lógica mercantil predominante en los medios masivos, por lo que los observatorios y veedurías buscan incidir para modificarla. Algunas experiencias promueven la responsabilidad social de las empresas mediáticas. En esta línea, Alfaro

(2004) sostiene que la carencia de responsabilidades empresariales mediáticas es uno de los factores –junto con el ausentismo del Estado y la gratuidad de acceso a los medios– que dificultan la apropiación y ejercicio de los derechos en el campo de la comunicación. Sin embargo, otros observatorios y veedurías consideran que abogar por la responsabilidad social de las empresas mediáticas implicaría partir de aceptar que su condición de organizaciones con fines de lucro justifica la apropiación privada del derecho a la comunicación, el uso del bien público de la comunicación con el fin de la obtención de ganancia, y la prestación privada y con fines comerciales de un servicio que debería ser público independientemente del tipo de propiedad –privada, estatal o social– de los medios.

Así se diferencian de las propuestas de la comunicación alternativa

y comunitaria que consideraba central la disputa por la propiedad de los medios para cambiar sus enunciadores, mensajes, modalidades de expresión y destinatarios legítimos. Por el contrario, en estas experiencias se considera que, dado que la comunicación es un derecho, los medios deben prestar un servicio público, cualquiera sea el régimen de propiedad que tengan. Y que, dado que ése es su deber, los ciudadanos –amparados por el Estado– tienen el derecho de exigirselos. Si las normativas existentes en cada país no los definen así, la acción de los observatorios tienden a ampliar la vigencia de los derechos a la comunicación.

La acción de los observatorios y veedurías se caracteriza también por una relación tensa frente al Estado, el Gobierno y los políticos<sup>2</sup>. Por un lado, se distancian de éstos, no por considerar que los medios los fiscalizan en represen-

2 Esta discusión se actualizó en 2008 en la Argentina cuando durante el lock out agrario, la Presidenta presentó el Observatorio contra la Discriminación en Radio y Televisión del Instituto Nacional contra la Discriminación, el Consejo de la Mujer y el Comité Federal de Radiodifusión.

tación de los ciudadanos, como sostenía la utopía liberal de la prensa. Por el contrario, muchas de estas experiencias surgieron a partir de la comprobación de que las empresas mediáticas y los gobiernos mantienen relaciones de mutua necesidad y beneficio que los aleja de las necesidades ciudadanas. Esto deslegitima a los gobiernos como lugares imparciales para la crítica. "Apostamos por una mayor autonomía entre poder político y mediático, es decir, por una libertad de expresión basada en la independencia, pero también pretendemos la transformación democrática y ética de ambos actores" (Alfaro, 2004).

Sin embargo, las reservas frente al mecanismo regulatorio estatal, entran en tensión con el reconocimiento del Estado como único ente que puede regular lo público, lo común, tanto en términos de propiedad (las ondas radioeléctricas) como en términos de acceso (la expresión y la información), y que puede garantizar la posibilidad de ejercicio de los derechos (Beltrán Salmón, 2002). Desde esta perspectiva, los observatorios

promueven la figura de un Estado interventor, activo, garante del derecho a la comunicación, instancia privilegiada de construcción y regulación de lo público.

Los observatorios y veedurías reconocen a los trabajadores de medios, periodistas, como otros de los actores con acreencias y obligaciones específicas con respecto al Derecho a la Comunicación y con un rol central en la configuración de los medios como servicio público. Sin embargo, el trabajo se complejiza en países donde las condiciones de trabajo son precarias y el nivel de formación es bajo.

Los observatorios recelan de los mecanismos de autorregulación periodística por considerarlos ineficaces e insuficientes. "Si éste (el derecho a la libertad de expresión) existe como único y solitario valor ético de quienes sí pueden hablar, es insostenible como deontología profesional al no estar asociado a otros que tengan que ver con la convivencia y la solidaridad, tomando de manera incluyente las demandas de los demás, especialmente las de sus públicos" (Alfaro, 2004).

Finalmente, los observatorios consideran que las figuras del Defensor del Público o Lector, si bien constituyeron una iniciativa con similar orientación a estas experiencias (en Morales, 2007, son considerados sus antecedentes directos), terminaron siendo utilizadas para mejorar la imagen de las empresas mediáticas. De todos modos, otros piensan que “podrían posibilitar una participación ciudadana formativa y legitimar la crítica como un ejercicio ciudadano natural” (Alfaro, 2004).

### **Públicos y ciudadanos**

Los observatorios y veedurías de medios trabajan en la tensión entre públicos/ consumidores/ ciudadanos. Estas experiencias reconocen el vínculo de los medios con la democratización de la sociedad y la construcción de ciudadanía, y ponen en cuestión cómo un determinado ser de los medios permite (o no) ser ciudadano.

Los usuarios de medios no desconocen que las empresas de medios no brindan un servicio público ni contribuyen a la vigen-

cia del derecho a la comunicación (Mata y otros, 2003). Reconocen que la información –considerada insuficiente– se obtiene a través de los medios masivos de comunicación, pero su tarea es duramente criticada y les demandan que modifiquen su rol. Sin embargo, sitúan las causas del problema fuera de los medios y las industrias culturales, de sus regulaciones, regímenes de propiedad y niveles de concentración. Y, lo que es aún más preocupante, no visualizan posibilidades de cambio de esta situación, ni reconocen sus expectativas como derechos propios y/ u obligaciones de terceros, lo que coloca a los públicos/ ciudadanos como “sujetos de indefensión” frente a los medios (Mata, 2005). En la misma línea, Alfaro, sostiene que “el público se sitúa en una paradoja, pues es un contento y un descontento a la vez con respecto a los medios”. “La agenda cotidiana de los medios es distinta a la ciudadana”. Los medios justifican su oferta en que es definida ‘por lo que le gusta a la gente’. Sin embargo, al quedarse en el nivel del gusto de las audiencias, los medios no miden ni valoran



“las aspiraciones por lo nuevo y lo útil” que tiene la población. “Las audiencias, si bien saben de la mediocridad de los medios y los critican duramente, se sienten conectados a ellos culturalmente”. De este modo, los medios no responden a la contradicción entre el gusto y las aspiraciones de cambio de la ciudadanía; “aspectos complementarios de la demanda y no opuestos” (Alfaro, 2004).

El problema, por lo tanto, no es de conocimiento. Los observatorios vienen en todo caso a proporcionar pruebas y argumentos basados en estudios sistemáticos y rigurosos para sustentar una sensación preexistente en la población (Córdoba, 2008). El problema es, sin embargo, la resignada actitud que las personas asumen frente a los medios cuando ellos no brindan iguales posibilidades expresivas, acceso a informaciones y conocimientos necesarios, a experiencias culturales y entretenimiento de calidad. “Como si de algún modo los derechos colectivos a la comunicación se borrasen ante la condición de público de

los medios. Como si a los medios fuese posible elogiarlos o criticarlos sin asumir otra actitud que la del consumidor que, aceptando las reglas de juego establecidas por productores e intermediarios, adquiere o rechaza lo que se le ofrece” (Mata y Segura, 2008).

Contra esa actitud, los observatorios proponen enriquecer la vida pública democrática al asumir activamente la condición ciudadana en el campo de la comunicación. Asumir que tanto los propietarios de los medios de comunicación como sus trabajadores y sus públicos tenemos obligaciones que cumplir y derechos por ejercer para que la comunicación sea más plural y respetuosa.

A diferencia de otros modelos en los que se concebía que había que pasar de ser meros receptores a ser productores de información dirigida a nuestros propios vecinos o compañeros, en estas experiencias se aceptan los diferentes regímenes de propiedad de medios y, por lo tanto, sus diversos emisores; pero se exige a todos una comunicación concebi-

da como derecho que asegure la aparición de diferentes sectores sociales en el espacio público, sus posibilidades de autorrepresentarse, producir y comunicar su información y sus representaciones sobre el mundo. Así promueven una idea de ciudadano que se constituye en la acción, en su aparición y presentación de demandas en el espacio público.

La apelación al ciudadano implica instalarse nuevamente en el ser humano individual. A diferencia de etapas anteriores, ahora se buscan sujetos que procuren modificar el orden social. Si bien el ciudadano es un individuo, la ciudadanía implica pertenencia a un colectivo social. La ciudadanía socializa lo público y politiza lo social al reconocer que lo público y lo político son también cuestión de la sociedad civil y de los movimientos y organizaciones sociales.

En estas experiencias, la política recupera un valor intrínseco. Los ciudadanos se constituyen en la participación pública. La comunicación, lejos de una perspectiva instrumentalista, es considerada

fundante de lo político y sustantiva para la existencia de la ciudadanía. La posibilidad de aparición de conflictos y de elaboración de consensos, conlleva una imprescindible revalorización de los mecanismos institucionales de la democracia. A diferencia de décadas anteriores, el oponente es ahora un adversario cuya existencia es legítima, forma parte de la misma comunidad política y debe ser tolerado. El conflicto se torna condición de existencia de la democracia. La comunicación es condición para la existencia de una comunidad política, la definición de los bienes comunes, y la vigencia de la democracia. “Lo que en el fondo se entreteje es el sentido de la comunicación y la demanda de lo político, en una relación que deja atrás el manejo funcional de los medios por la política, como también la obsesión totalizante que presidió en otros tiempos a la movilización social” (Rey, 2003).

### Consideraciones finales

Mientras se concibió que el cambio social provendría de la difusión de innovaciones, la lucha de cla-

ses, la construcción de hegemonía, el libre mercado o la democracia radical, respectivamente los sujetos privilegiados fueron: los técnicos y la clase media modernizadora, mientras los pobres, indígenas y campesinos eran objeto del cambio planificado en la comunicación para el desarrollo de los años cuarenta y cincuenta, el pueblo entendido como esencialmente opositor al *statu quo* y revolucionario en la comunicación alternativa de las décadas de los sesenta y setenta, los vecinos en la comunicación comunitaria que comienza a pensar al pueblo como complejo y contradictorio tanto cultural como políticamente en los ochenta, los consumidores individuales como libres receptores de los medios e iguales usuarios de las tecnologías sin condicionamientos socio- económicos ni culturales en algunos estudios de recepción y en la tecno- utopía de la democracia en red de los noventa.

Al dar el debate sobre la configuración del sistema comunicacio-

nal, los observatorios y veedurías de medios en Latinoamérica en este nuevo siglo recuperan la tradición que liga la comunicación con el cambio social. Sin embargo, ante retos de otra magnitud, se proponen nuevas acciones y sujetos, y se fundan en renovadas concepciones de la política y la democracia. Actualmente, las prácticas de las organizaciones y experiencias aquí consideradas, ponen énfasis en un nuevo sujeto: el ciudadano. Parten de reconocer la centralidad de los medios de comunicación masiva en la configuración del espacio público y, al mismo tiempo, impulsan una visión prescriptiva sobre la Comunicación como un Derecho y los Medios como Servicios Públicos. Desde esta perspectiva, ubicados en la tensión entre públicos y ciudadanos, trabajan por la “ciudadanización de los públicos”, por la asunción de la ciudadanía comunicativa (Mata, 2003) como condición indispensable para la democratización de la sociedad. ●

## REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Alfaro, Rosa María (2002) "Politizar la ciudad desde comunicaciones ciudadanas", en: Diálogos de la comunicación, FELAFACS, No 65, Noviembre 2002, págs. 34- 53.
- Alfaro, Rosa María (2004) "Ardua democratización. Las batallas de un observatorio de medios", en: *Etcétera* (revista digital), Octubre de 2004.
- Beltrán Salmón, Luis Ramiro (2002) "Veedurías de comunicación: presión social", en: Los Tiempos, Bogotá. [http://www.lostiempos.com/noticias/18-06-05/18\\_06\\_05\\_pv1.php](http://www.lostiempos.com/noticias/18-06-05/18_06_05_pv1.php)
- Córdoba, María Liliana (2008) "Redistribuir la palabra y la información", en: *Hoy la Universidad*, No 42, 17/08/2008.
- Dorfman, Ariel y MATTELART, Armand (1972) *Para leer al Pato Donald. Comunicación de masas y colonialismo*, Siglo XXI Editores, Buenos Aires, 2002, 1° reimpression argentina.
- Martín Barbero, Jesús (2006) "Los laberintos urbanos del miedo", en: Pereira, José M. y Mirla Villadiego Prins, *Entre miedos y goces: comunicación, vida pública y ciudadanías*, Pontificia Universidad Javeriana de Bogotá, págs. 149-163.
- Mastrini, Guillermo y DE CHARRAS, Diego (2005) "20 años no es nada: del NOMIC a la CMSI o el mismo amor, la misma lluvia", en: *Anuario Ininco*, Volumen 17, No.1, págs. 217-240.
- Mata, María Cristina (2003) "Medios: ¿desde dónde pensar la acción ciudadana?", en: Rey, Germán y otros (2003) *Veedurías y observatorios. Participación social en los medios de comunicación*, Colectivo La Tribu, Buenos Aires.
- Mata, María Cristina (2003b) "Ciudadanía comunicativa: un desafío para la democracia", en: Rey, Germán y otros (2003) *Veedurías y observatorios. Participación social en los medios de comunicación*, Colectivo La Tribu, Buenos Aires.
- Mata, María Cristina (2008) "Cambiar la agenda", en: VI Encuentro de Nacional de Carreras de Comunicación Social, Universidad Nacional de Entre Ríos (edición digital en CD).
- Mata, María Cristina y otros (2003) "Demandas informativas ciudadanas ante la coyuntura electoral. Informe de Investigación", Programa de Información Pública, Comunicación y Participación Ciudadana, Escuela de Ciencias de la Información, UNC.
- Mata, María Cristina y otros (2005) "Condiciones objetivas y subjetivas para el desarrollo de la ciudadanía comunicativa", FES. En: [www.c3fes.net/proyectos.htm](http://www.c3fes.net/proyectos.htm)
- Mattelart, Armand (2005) en: Mata, María Cristina; Córdoba, Liliana y Nicolino, Liliana (ed.) (2005) *Democracia y ciudadanía en la sociedad de la información. Desafíos y articulaciones regionales*, ECI- UNC, Embajada de Francia, Córdoba.
- Morales, Mario (2007) "¿Por qué un observatorio?", en: Observatorio de Medios para la Paz, Bogotá, 26/04/2007 (publicación digital).
- Rey, Germán (2003) "Ver desde la ciudadanía. Observatorios y Veedurías de Medios de Comunicación en América Latina", en: Rey, G. y otros (2003) *Veedurías y observatorios. Participación social en los medios de comunicación*, Colectivo La Tribu, Buenos Aires, págs. 12 a 21.
- Segura, M. Soledad y MATA, María C. (2008) "Ni jueces ni panaceas", en: *Página 12*, 15/10/2008.

# Estereotipos sexuales en el arte y la publicidad

---

Carlos Celi\*

## RESUMEN

**L**a construcción de imágenes tanto en publicidad como en el arte a lo largo del siglo XX, en su gran mayoría, se encuentran plagadas de estereotipos que producen y reproducen visualmente una naturalización eternizada de la violencia simbólica, la cual se

encarga de reinstaurar el androcen-trismo a partir de los sentidos comunes que evidencian la ausencia de significación de las mujeres por sí mismas, y así ser reducidas a madres, mujeres fatales, mujeres-objeto, etc. Todo esto bajo una permanente apariencia de la reactualización, basada en las "necesidades" del consumo.

---

\* Carlos Celi, Sociólogo. Candidato a magíster en la maestría de Estudios Latinoamericanos, mención en Políticas Culturales de la Universidad Andina Simón Bolívar. Profesor en la Facultad de Comunicación Social en las asignaturas de Realidad Ecuatoriana, Teoría Social y Política, América Latina en el Contexto de la Globalización y Mundialización. También profesor en las áreas de Antropología Social y Teoría de la Cultura.

## Palabras clave

- Estereotipos
- Sexualidad
- Publicidad
- Naturalización
- Violencia simbólica

## Introducción

Este ensayo será abordado en torno al texto de Juan Carlos Pérez Gaudi<sup>1</sup>: La elaboración de estereotipos sexuales en el arte y la publicidad durante el siglo XX. Para lo cual, previamente, desplegaremos una serie de consideraciones multidisciplinarias (sociología, antropología, teorías de la representación, semiótica, etc.) con el fin de aclarar-entender de una mejor manera los estereotipos que desarrolla el autor a lo largo de su escrito.

Ahora bien, a nuestros ojos resulta difícil comprender toda esa difusión de imágenes estereotipadas a lo largo del siglo XX, sin

antes considerar los regímenes eternizantes y naturalizadores al interior de los cuales se hallan inmersos el arte y la publicidad en occidente. Por ello, creemos pertinente abordar algunas categorías desde Bourdieu<sup>2</sup>: eternización de lo arbitrario, naturalización de la dominación y violencia simbólica.

Por otra parte, estimamos apropiado reforzar la lectura del estereotipo que hace el autor, desde las reflexiones de Stuart Hall y Homi Bhabha, acerca de la fijeza/polivalencia de los binarios, y cómo éste desestima la condición de seres humanos cuando otrifica/objetualiza aquello que no considera su igual.

Por último, se tomará lo hiperreal (Baudrillard) como un sistema categorial que sirve para entender la hegemonía y el desprendimiento significativo de los signos con respecto de los objetos en el universo publicitario y propagandís-

1 Pérez Gaudi, Juan Carlos, *El cuerpo en venta. Relación entre arte y publicidad*, Ediciones Cátedra, Madrid, 2000.

2 Bourdieu, Pierre, *La dominación masculina*, Editorial Anagrama, Barcelona, 2000.

tico. A su vez, y en relación con lo anterior, estaríamos asistiendo a una fase antropofágica sígnica; donde, de tanto devorar signos, estos terminarían deglutiendo a los objetos y al sistema representacional que les otorgaba sentido.

Debemos advertir que, debido a la extensión del ensayo, lo hemos dividido en dos partes: la primera que usted, estimado lector, ha empezado a leer y, la segunda que se publicará en la próxima entrega de la revista *Textos y Contextos*. En este número se reflexionará hasta el apartado *la mujer como musa/la mujer niña*; y quedará para una siguiente ocasión lo referente a los estereotipos en torno del arte, publicidad, propaganda y cine acerca de la mujer, cuyos apartados son los siguientes: *mujer y naturaleza, mujer y familia, mujer y decadencia -en periodos de guerra-, la mujer no sexuada y la mujer experta, deconstrucción de estereotipos de la mujer*. Se completa

el ensayo con la referencia a los estereotipos sobre el hombre, y las consideraciones finales.

## 1. MARCO COMPRENSIVO.

*...rosado para las mujercitas,  
azul para los varoncitos*

Al recordar casi cualquier publicidad<sup>3</sup>, valla, póster de tienda, portada de revista..., desde la infancia hasta ahora, encontramos que en la gran mayoría de éstas, se encuentran remarcados los estereotipos que Gauli plantea. Ahora, ¿es ese el problema? O lo es más el hecho de que tanto bombardeo icónico -desde quienes la producen, distribuyen ponen en circulación y consumen- y verbal -cotidianidad en el habla, gestualidad- lo tenemos naturalizado de tal manera que nos parece normal.

A partir de la modernidad capitalista industrial se van instaurando usos diversos de la sexualidad en

3 Si bien es cierto las categorías de publicidad y propaganda se encuentran claramente diferenciadas; para este escrito vamos a centrarnos en las representaciones de éstas y en los "para qué" de ciertas épocas, mas no en su finalidad política o de marketing y ventas. Por tanto, no diferenciaremos el uso de ambos términos.

la publicidad y en el arte que, si bien habían existido previamente, no eran dominantes. La forma que adquiere el capital -su modo de circulación/acumulación- empieza a condicionar también las construcciones de los cuerpos y las maneras de entender la sexualidad; es decir, comienzan a surgir prácticas y discursos de sexualidad como mecanismos de poder ligados al surgimiento del capitalismo que, además, afianzan la dominación masculina.

Las imágenes corporales no son meramente denotativas; casi todas están cargadas de importantes connotaciones socio-culturales, políticas e históricas, que muestran el estado del arte socio-simbólico de cada década.

¿Cuáles son las múltiples formas que tenemos de fagocitar significantes, signos, íconos? ¿O existe una manera canónica de hacerlo, que se despliega en muchas aristas, de tal forma, que muy pocas veces lo ponemos en cuestión?

Para intentar responder mínimamente lo antes expuesto, creemos necesario abordar desde Bourdieu

la manera cómo la publicidad y el arte refuerzan un sentido común hegemónico (heterosexuado, androcéntrico), puesto que éstos, a su vez, se retroalimentan de lo cotidiano para devolver en imágenes una dominación naturalizada.

En este sentido, la *eternización de lo arbitrario* que propone Bourdieu nos resulta útil para entender cómo la fuerza de ese orden masculino se manifiesta al prescindir de cualquier justificación: el sexo masculino aparece como no marcado, neutro; la visión androcéntrica se impone como "lo normal", se institucionaliza, ya no tiene necesidad de enunciarse para ser legitimada, simplemente "así es".

En el orden social, la institución de la dominación masculina - androcentrismo o falogocentrismo- se desempeña como una enorme maquinaria simbólica que ratifica constantemente esta dominación; apoyada por la razón, el logos y el derecho, el lenguaje y la palabra; por todo el conjunto de otras instituciones como la división del trabajo, el Estado, la familia, la escuela, etc.,



las que, al ser deshistorizadas, aparecen como “eternas, fundantes y naturales”.

Se entiende que tanto los dominados como los dominadores están insertos en esta red de representaciones duales sobre la división sexual, la cual es ratificada tanto consciente como inconscientemente por los dos. En otras palabras, las oposiciones estructurales se van imponiendo desde el principio masculino, de tal manera que las mujeres asumen, desde el inicio, su situación de dominadas e inferiores, así como los hombres no conocen otra verdad que la de ser superiores, debido a que se encuentran incorporadas “como esquemas inconscientes de percepción y de apreciación, las estructuras históricas del orden masculino.”(Bourdieu, 2000:17)

Por lo tanto, en esta estructura de relaciones de dominación están atrapadas, al parecer, todas las relaciones sociales; esta sería una camisa de fuerza tanto para los hombres como para las mujeres. Con la diferencia de que es la institución androcéntrica la que construye dicha camisa y, si bien este se

encuentra atrapado en las relaciones de dominación que se ha encargado de “naturalizar” históricamente, es para ejercer su dominio.

Esta red que constituye la institución de la dominación masculina, basada en una representación androcéntrica, es vista no sólo como natural y normal en las estructuras sociales, sino como universal; es generadora y parte de una violencia simbólica invisible que victimiza a todos, y distribuye relaciones desiguales y excluyentes entre hombres y mujeres.

La violencia simbólica se instituye a través de la adhesión que el dominado se siente obligado a conceder al dominador (por consiguiente, a la dominación) cuando no dispone, para imaginarla o para imaginarse a sí mismo o, mejor dicho, para imaginar la relación que tienen con él, de otro instrumento de conocimiento que aquel que comparte con el dominador y que, al no ser más que la forma asimilada de la relación de dominación, hacen que esa relación parezca natural; o, en otras palabras, cuando los esquemas que

pone en práctica para percibirse y apreciarse, (...) son el producto de la asimilación de las clasificaciones, de ese modo naturalizadas, de las que su ser social es el producto. (Bourdieu, 2000: 51)

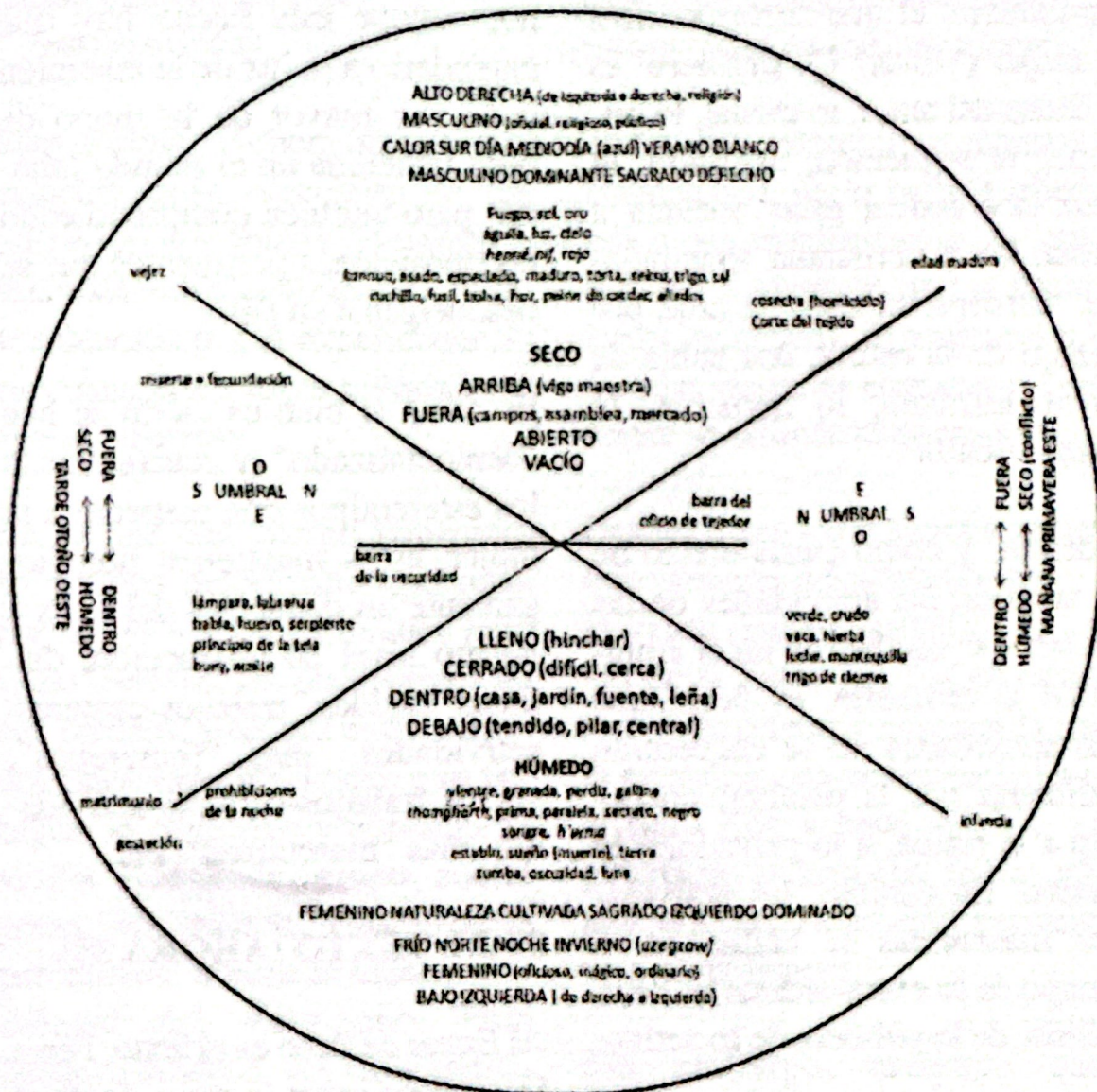
A partir de una diferenciación anatómica entre hombre y mujer se instauran formas de representación jerárquicas y excluyentes, las cuales producen un dominador y un dominado. Esta exclusión produce y forma parte de un sistema permanente de violencia tanto "real" como simbólica que consolida el dominio de la institución androcéntrica.

Sin embargo, esta violencia simbólica y la estructura binaria generan y, a la vez, reproducen en otras instituciones prácticas y discursos que se han perfeccionado en el tiempo. El hecho de anclar la dominación androcéntrica en la diferencia anatómica –vale decir, en la diferencia genital– implica que, generalmente, se restrinja a analizar las formas de dominación como violencia sexual (abusos, acosos, violaciones), para así desconocer modos de violencia

simbólica que la institución falocéntrica genera.

La violencia simbólica, al formar parte o generar la dominación masculina, está inserta en las divisiones, jerarquizaciones y supremacías que existen entre sujeto/objeto, razón/mito. Si bien estas son oposiciones binarias a partir de las cuales se construye el mundo y la sociabilidad, éstas no generan solamente diferencia u oposición, sino también desigualdad, que se extienden a formas de violencia a ámbitos que no se limitan a lo sexual; por ejemplo: violencia racial, religiosa, de clase, etc. Es complicado dar cuenta de la violencia simbólica si no se desnaturalizan y se evidencian los binarios constitutivos como relaciones de dominación.

A continuación incluyo el cuadro elaborado por Bourdieu en su texto sobre *La dominación masculina*, en donde se explica esa serie de disposiciones arbitrarias y naturalizadas, las cuales, a su vez, se aplican de manera –muchas veces inconsciente– en casi todos los actos de nuestra vida cotidiana, no se diga en publicidad.



Como desprendimiento del cuadro anterior tenemos que, al analizar brevemente los símbolos-signos que se le han otorgado al hombre y a la mujer en occidente, en el caso del correspondiente al hombre (Marte) ♂, nos encontramos con que, **primero:** éste es el dios de la guerra, de lo público, del acto importante, el poder;

**segundo:** la flecha hacia arriba nos habla del mirar hacia arriba, hacia el espacio, el ir más allá cual saeta que se dispara; pero también nos señala el cerebro, la inteligencia, lo abstracto. **Tercero:** al estar la flecha por encima de la esfera, nos posiciona en la superficie, lo visible, el falo que se erecta.

En cambio, el que corresponde a la mujer (Venus) ♀, **primero**: es la diosa del amor, lo carnal, lo privado, la seducción; **segundo**: la cruz nos indica estar anclada a tierra, la cruz cristiana, lo mundano. **Tercero**: al estar la cruz por debajo de la esfera, nos habla de lo subterráneo, lo invisible, la matriz oculta<sup>4</sup>.

Además, y como causa-efecto de lo anterior, las actividades de las mujeres se establecen en el ámbito de lo ordinario; es decir, que sus actividades no se encuentran validadas por la palabra; obedecen a la rutina, a lo privado, a lo pasivo. En cambio, las actividades masculinas se hallan en el campo de lo extra-ordinario, de lo válido, de lo público, de lo activo.

Evidentemente que esto ha venido cambiando de manera paulatina en publicidad; cada vez más la imagen de la mujer aparece como productora-decidora de su desti-

no, aunque este hecho hay que entenderlo a la luz de la inserción cada vez mayor de la mano de obra femenina en el mundo laboral, pero también comprendiendo las oposiciones pertinentes que se descuelgan a su paso.

Es decir, si bien es cierto se han "democratizado" y reactualizado los estereotipos con respecto a la mujer, estos mantienen homológicamente las distancias del caso: a mismo nivel de instrucción, distintos sueldos; trabajos-carreras-actividades más "femeninas", versus trabajos-carreras-actividades más "masculinas", etc.

## 2.- EL TEXTO (AHORA SÍ).

Al Entrar de lleno en el texto, Pérez Gauli pone sobre la mesa, desde el principio, sus consideraciones categoriales para el abordaje de los estereotipos que posteriormente desarrollará a lo largo del escrito, basado en algunos autores.

4 Todas estas posiciones se verán reforzadas de manera brutal con la imposición del cristianismo en occidente en tanto religión única falógica, viniendo a decaer, de manera lenta pero constante, primero con el Quattrocento, y luego con la revolución industrial. Aunque podríamos afirmar que se sigue viviendo al interior de este marco comprensivo.

## 21. La elaboración de estereotipos.

Para Roman Gubern habría tres características esenciales de los estereotipos icónicos: 1) rigidez o fijeza de sus elementos; 2) su no verificación por la experiencia; 3) su vigencia en áreas culturales y épocas precisas.

En el caso del cuerpo femenino, habría una deformación perversa por motivos socioculturales. Para Cano Gestoso, los estereotipos no son neutros, sino que están cargados emotivamente, lo que a su vez regula lo cognitivo y transmite la visión que cada grupo social posee del mundo, estabiliza la percepción, afirma la identidad y defensa del statu quo. Para Teodoro Adorno, las características del estereotipo son: a) sobre-generalización, atribución de un rasgo a todos los miembros de un grupo; b) todos iguales entre sí, conocer a uno es conocerlos a

todos; c) desindividualización, o incapacidad de individualizar.

Tanto los estereotipos como la construcción de la belleza obedecen a una manifestación de superioridad y opresión de los fuertes hacia los débiles. El prejuicio y la mentira serían los elementos desde donde se difunde el estereotipo.

Desde Grecia hasta ahora se difunden variantes del atleta (hombre) y la Venus (mujer), ampliados a través de la mitología. Sin embargo, será la hegemonía cristiana la que la establezca con persistencia hasta el siglo XIX y parte del XX. La publicidad se hará eco de ello y la utilizará como elemento persuasivo y amplificador.

Sin embargo, creemos que Pérez Gauli olvida dos elementos indispensables para entender el estereotipo: lo binario y la ambivalencia de éstos a partir de dos autores: Homi Bhabha<sup>5</sup> y

5 Bhabha aborda el estereotipo desde los estudios post-coloniales y del trabajo que realiza sobre la producción discursiva de sujetos coloniales; si bien su desarrollo teórico se centra en la diferencia racial, las aproximaciones que realiza se las puede extender a la sexualidad.

Stuart Hall<sup>6</sup>. Ambos parten de un punto común para categorizar al estereotipo: como construcción de la otredad o diferencia realizada desde un marco binario que instaura desde el principio una relación jerárquica. Otredad entendida como *“signo de diferencia cultural, histórica, racial, sexual en el discurso (...); modo paradójico de representación que connota rigidez y un orden inmutable, desorden, degeneración y repetición”*, cuya estrategia discursiva mayor es el estereotipo.

Bhabha entiende el estereotipo como una forma de conocimiento e identificación que oscila entre lo que siempre está “en su lugar”, ya conocido o naturalizado, y algo que debe ser repetido ansio-

samente. Es una forma ambivalente de conocimiento y poder que hace ver al sujeto estereotipado como positivo y negativo a la vez, como naturalizado pero siempre confirmado; mediante esta forma discursiva conforma *“estrategias de individuación y marginalización que se repiten permanentemente en coyunturas históricas y discursivas cambiantes, produciendo efectos de verdad probabilística y predictibilidad que, para el estereotipo, siempre debe estar en exceso de lo que puede ser probado empíricamente o construido lógicamente”* (Bhabha, 1994:91).

El estereotipo conlleva modos particulares que facilitan y producen relaciones de dominación, e instalan una forma discursiva

- 
- 6 Stuart, Hall. *“The spectacle of the ‘other’*”. Chapter four. En: *“Representation. Cultural representations and signifying practices”*. Stuart Hall Editor. SAGE Publications. London 1997. Hall trabaja sobre cómo se erigen las representaciones culturales, considerada la construcción que se hace desde la diferencia. Ubica al estereotipo como una práctica representacional dentro del marco del espectáculo del “otro”. Hall desarrolla un concepto de estereotipo a partir de la diferencia racial; sin embargo, explica que ese marco puede igualmente ser aplicado en muchas instancias a otras dimensiones de la diferencia, como género, sexualidad, clase, etnia.
- 7 Bhabha, Hommi. *“La otra pregunta: El estereotipo, la discriminación y el discurso del colonialismo”* En (London: Routledge, 1994). Op. Cit. 92.

de oposición sexual -como también racial y cultural, dependiendo del caso-. En el caso del hombre, éste se configura como masculino en su identificación con la positividad, lo bueno y lo dominante: es a la vez sexo y no sexo; por el contrario, la mujer es lo marcado, referido sólo a su sexo, y significada desde el universo androcéntrico. Así, las formas de discriminación que surgen por la aplicación del estereotipo sexual son vistas como efecto político de un discurso binario heterosexista dominante que tiene valor de estigmatización, pero a la vez tiene "valor de conocimiento".

Hall considera que la gente que es diferente al modelo dominante blanco heterosexual está frecuentemente expuesta a una forma binaria de representación, por extremos binarios y polarizados -bueno/malo, civilizado/primitivo, feo/bonito-, y frecuentemente requeridos a ser las dos cosas a la vez o ambivalentes, como dice Bhabha.

El estereotipo es una práctica representacional y significativa

que reduce a la gente a características mínimas, simples y esenciales, representadas como fijas por la naturaleza; sin posibilidad de cambio o desarrollo; los eterniza. Despliega una estrategia de división, ya que separa lo normal y lo aceptable, de lo anormal e inaceptable; de esta manera, excluye y expele todo lo que no calza, lo que es diferente; es una práctica de "cerramiento" y exclusión, que simbólicamente fija barreras y descarta todo lo que no pertenece a la norma.

Existe una estrecha relación entre estereotipo y violencia simbólica, incluso podrían aparecer como similares; sin embargo, se considera necesario posicionar sus diferencias. Las dos categorías se producen dentro de relaciones de dominación y poder, al establecer diferencias y jerarquías; pero la violencia simbólica sería más abarcante, ya que se encuentra presente al elaborar e instaurar formas y discursos de conocimiento. El estereotipo es más epidérmico, implica las caricaturizaciones y fijejas que se hacen a partir de la violencia simbólica.

### 2.1.1. Estereotipos en el consumo.

Al seguir en la línea de los estereotipos; pero ahora observados desde el consumo, tendríamos que habría consumidores-tipo que, desde los años setenta, las grandes agencias de publicidad los encasillan de distintas formas: resistentes, triunfadores y tradicionalistas adaptados. En los ochenta se los divide en: integrados (Homeros Simpson), émulos (Compra Ecuador, Jefferson Pérez, Susana Rivadeneira, Iván Vallejo); émulos realizados (Sex on the City); realizados socioconscientes (Liza Simpson, Bobo`s), y dirigidos por la necesidad (Indigentes, Condorito, Don Ramón). Podríamos desglosar esto al infinito en ejemplos locales y spots; incluso se podría inferir sobre sitios de consumo-compra de estos personajes tipo.

### 2.2.- Estereotipos de la mujer.

Analizar brevemente los estereotipos de la mujer en arte y publi-

cidad nos permite adentrarnos de lleno en los aspectos sociales que condicionaron cada época. Según Linda Lazier-Smith, en más de una docena de estudios, sobre la imagen de la mujer en publicidad (durante los años setenta) han concluido con resultados parecidos: el lugar de la mujer es la casa, la mujer depende del hombre, las mujeres no toman decisiones importantes y son vistas por el otro género como objetos sexuales.<sup>8</sup>

Aunque hay ciertos indicios para pensar que en Ecuador la visión de la mujer en publicidad ha cambiado de manera ligera, el núcleo duro de los estereotipos, al parecer, se mantiene todavía.

Lo que vamos a analizar a continuación es un desglose más detallado de los estereotipos utilizados de forma recurrente en arte y publicidad, tanto para la mujer como para el hombre a lo largo del siglo XX.

<sup>8</sup> Según investigaciones realizadas en el periodo 1973-76 por esta misma autora, lo que se menciona a continuación sería el tipo de situaciones en los que aparece representada la mujer en la publicidad norteamericana: 1. La mujer objeto (27%); 2. Estereotipos tradicionales de la mujer: esposa, madre, secretaria, profesora, enfermera, etc. (48%).



### 2.3. La mujer sumisa y la mujer fatal.

El siglo XIX caracterizará a la mujer por la representación como mujer ociosa. Inmaterial y divina, salvadora de los otros, protectora de la familia burguesa y el colmo de la feminidad. Por oposición, el hombre es activo, creador, descubridor, con un intelecto que sirve para la especulación y la invención. Todo esto se hereda de la iconografía religiosa, desde la Edad Media. Así tenemos que a la mujer se la purifica en la imagen de la Virgen María (la perfec-

ción). A la mujer se la representa con la serpiente (ondulante), y la sexualidad se entiende como pecado.

Por otra parte, a finales del siglo XIX se invierte la imagen de mujer desvalida por la de mujer fuerte; así aparece *La «femme fatale»*, y en el arte se representa a *la mujer como vampiro*. Es en el movimiento surrealista donde el terror a la mujer aparece con mayor claridad; su representación asume a la mujer como mantis religiosa (Bretón, Dalí, Éluard, Duchamp), y se reduce a un mero cuerpo.



*La mujer fatal en la publicidad de principios de siglo XX* tuvo un rápido eco, y así se convierte (fines del XIX) en el personaje principal; da igual que se trate de un concierto, de cigarrillos o de carros, siempre aparecerá una mujer. En el modernismo, la línea curva es utilizada de manera magistral. La mujer media es muy joven seductora/sumisa.

Durante los años treinta, en la etapa del glamour, aparecen de la mano de la imaginería "vamp" (Marlene Dietrich, Lana Turner, Carole Lombard, Rita Hayworth, María Félix), quienes son divas del cine. A finales de los cuarenta y principios de

los cincuenta, aparecen las «Pin-ups» (periodo de post guerra). El lado sexual sigue manteniendo lo misterioso. Un estereotipo más carnal empieza a establecerse en la Europa de los cincuenta (Brigitte Bardot, Marilyn Monroe). Así se establecen dos estereotipos: la mujer como carne y la mujer no-sexuada. En los años sesenta, aparecen mujeres delgadas, (Audrey Hepburn) elegantes, románticas no-sexuadas, (recién casadas, las jóvenes comprometidas en casamiento). En cambio, en los setenta se vuelve mucho más agresiva; regresa la *femme fatale* (manos delgadas, uñas afiladas, piernas envolventes).





#### 2.4. La mujer objeto/ la mujer como carne

La pertenencia de las vanguardias a una burguesía adinerada, donde generalmente las relaciones de género permanecen ancladas en el pasado, y la concepción masculina sobre la genialidad es un aspecto muy importante; serían

los dos elementos centrales de la representación de los artistas plásticos de finales del XIX y buena parte del XX. Una visión artística contaminada por la visión sexual de la mujer, como facilitadora de placer. Cuando esta opción se extingue se pasa a representar a la mujer como madre asexualada.

Representaciones de extrema virilidad/mujeres subyugadas (binarios muy marcados) aparecen en la década anterior a la primera guerra mundial. Los artistas se apoyan en Freud para justificarse teóricamente. En estos años, la primera oleada feminista (sufragista) permite que la mujer alcance cierto *status* de libertad.

Los años de preguerra y los de la segunda guerra mundial terminan por imponer férreamente los estereotipos sexuales. (En los años anteriores a la guerra se habría comenzado a establecer las bases de la iconografía femenina que perdurará durante varias décadas: cabello largo, cuerpo voluptuoso, labios marcadamente rojos) Su rol cambia completamente en la publicidad: deja de ser activa y de estar en la calle o en lugares nocturnos, no realiza actividades de riesgo. Sus espacios son los lugares interiores; pasa de ser inductora sexual para convertirse en objeto sexual.

Las «Pin-ups» vienen a representar a la mujer-mascota para chicos en guerra (mujeres rubias, piel muy blanca, grandes pechos). La mujer corriente (azafata, enfermera) se convierte en fantasía masculina mediante la exageración de su cuerpo y la utilización de ropa muy apretada. A finales de los cincuenta, las mujeres no sólo son *sexis*, también son tontas<sup>9</sup>.



La publicidad siempre ha sido más sutil que el arte. Los exce-

1 Alberto Vargas (Perú) va a ser uno de los principales dibujantes y fotógrafos de pin-ups, a través de calendarios, revistas, cromos coleccionables, etc. Estos se distribuirán principalmente entre los soldados que se encuentran en el frente. También realizó publicidad para cerveza, trajes de baño, carteles de cine.

sos de representación expresionistas (*Willem de Kooning, Tom Wessel-man*) nunca han encontrado un eco de continuidad en la publicidad. En la historia de la publicidad, la mujer ha aparecido con mayor o menor intensidad como objeto sexual de consumo. En la actualidad, el estereotipo de la mujer objeto ha aumentado a consecuencia de la receptividad social con respecto al cuerpo atlético; además, el cambio social se ha reestablecido no por reconsiderar el estereotipo femenino, sino por adaptarlo al masculino.



## 2.5. Mujer y belleza

Una variante de la mujer objeto se encuentra en el estereotipo de la mujer como ente de belleza; así una buena cantidad de artistas se miraban a sí mismos como aquellos que podían develar/encontrar a la mujer real-perfecta en sus obras. Reaparece el mito de Pígalion: el artista que crea a la mujer perfecta. En Picasso la mujer queda reducida a una imagen etérea que no surge por sí misma, sino que es fruto del pincel del artista-hombre. Casi todos los artistas han resaltado los atributos sexuales femeninos; además, muy pocas veces los artistas se ocuparon de la diversidad étnica ni de otra clase social que no fuera la burguesía.

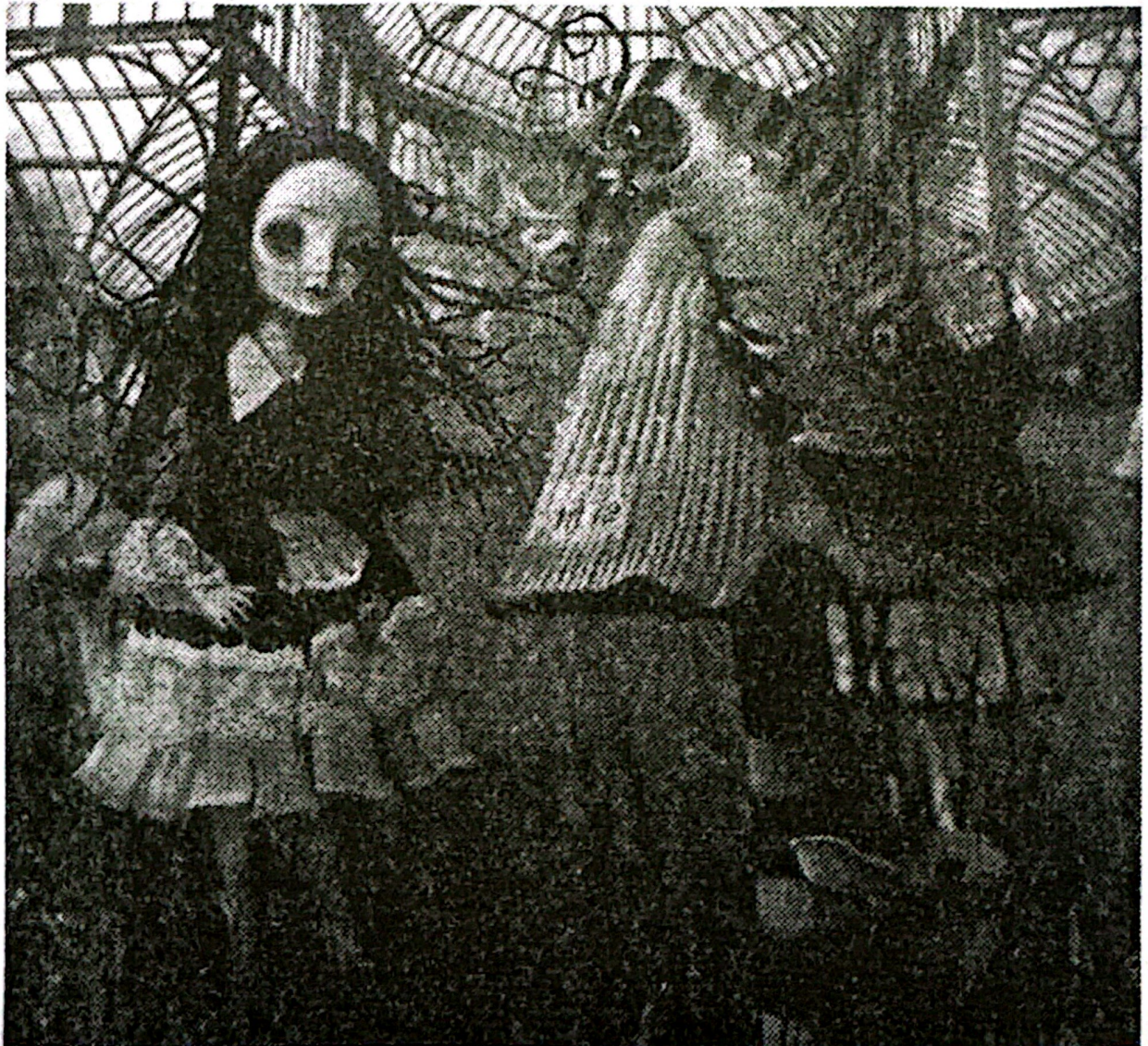
Por su parte, la belleza constituye un elemento de discriminación positiva frente a aquellas personas que no la poseen, a quienes se les dota socialmente de adjetivos negativos; sirve de ejemplo el niño feo que, en igualdad de delito, es considerado más desagradable, más deshonesto que el niño bello; es decir, los estereotipos en el arte se reescriben en función de la clase social y de la etnia.

## 2.6. La mujer como musa/la mujer niña.

*La mujer-niña surrealista* existe de muchas formas, “como virgen, niña, criatura celestial, en una mano, hechicera, objeto erótico y mujer fatal”. No ven a la mujer como un sujeto, sino como una proyección, un objeto de sus propios

sueños de feminidad. Estos sueños masculinos desempeñan una parte activa en la posición patriarcal y misógina sobre la mujer.

En los surrealistas, las mujeres ejercían sobre ellos la capacidad de provocar al inconsciente y permitir que liberasen sus deseos ocultos (Dali-Gala).

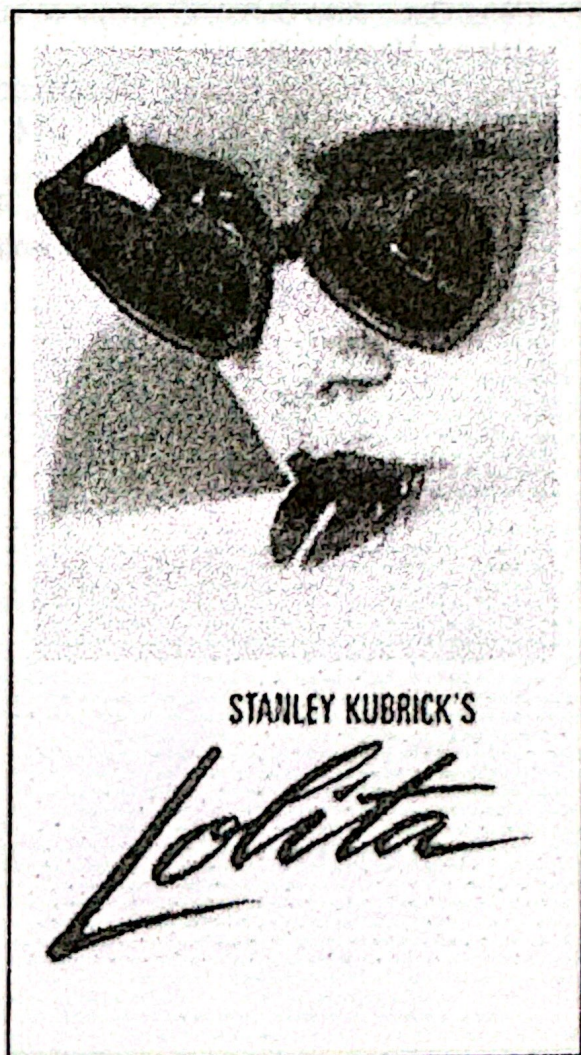


En este sentido, la mujer-niña es uno de sus estereotipos más utilizados; mas son las «*lolitas*» a las que se dota de atributos de mujeres adultas, *femmes fatales*, en sus cuerpos incipientemente sexuales. Este carácter seductor asignado a las niñas es la pretendida justificación moral para la potencial violación de la que pudieran ser objeto.

En publicidad, la infancia ha sido importante, pero como elemento connotativo de la familia. Es a partir de los sesenta (son delgadas con cabello largo) que la juventud se consolidará como uno de los grupos que más reclama, y se reducirá la edad de las modelos, así como la representación de las madres, que aparecen cada vez más jóvenes. Los años setenta, ochenta y noventa se encuentran llenos de lolitas.

Una vuelta de tuerca en el estereotipo de la mujer-musa se encuentra en las relaciones entre el *artista-genio* y la modelo, cuya genialidad consistiría en tener una capacidad por encima de los demás mortales para

crear arte inmortal. Las modelos y los modelos, por lo general, proceden de estamentos sociales muy bajos, y el modelo tanto masculino como femenino se categorizan de manera femenina; son relaciones muy desiguales. Se tiene así algunos ejemplos «*clásicos*» entre el artista y sus modelos: *Bonnard y Marthe, Suzzane Valadon, Matisse, Picasso, Dalí y Gala.* ●



## BIBLIOGRAFÍA

- Baudrillard, Jean, *El intercambio simbólico y la muerte*, Monte Ávila Editores, Caracas, 1980.
- Bhabha Hommi, *La otra pregunta: El estereotipo, la discriminación y el discurso del colonialismo*, En *El lugar de la cultura*, London, Routledge, 1994.
- Bourdieu, Pierre, *La dominación masculina*, Editorial Anagrama, Barcelona, 2000.
- Browne, Sartori, Rodrigo, *Resistencia y re-lectura antropófaga, estudios culturales e (in)disciplina*, ps. 1-18. Universidad Austral de Chile, 2004.
- Browne, Sartori, Rodrigo, *Comunicación indisciplinada: iconofagia e iconorrea en los medios de (in)comunicación*, ps. 101-113, *Revista Austral de Ciencias Sociales*, Universidad Austral de Chile, Valdivia, 2006.
- Celi, Carlos, *Necrológicas. A propósito de Jean Baudrillard (1929-2007)*, ps. 153-156, *Revista ICONOS*, Quito, 2007.
- Celi, Carlos, *El Barroco y el neobarroco*. Trabajo final para la clase de América Latina en sus letras, Profesor Alejandro Moreano, UASB, 2004.
- Pérez Gaudi, Juan Carlos, *El cuerpo en venta. Relación entre arte y publicidad*, Ediciones Cátedra, Madrid, 2000.
- Silva, Víctor; Browne, Rodrigo, *Neototemismo y orbitas de lo imaginario: crisis de la imagen y emergencia de la visualidad*, ps. 1-14, *Sección selecta*, Universidad Austral de Chile, 2006.
- Stuart Hall, *El espectáculo del "otro"*, En *Representation: Cultural representations and signifying practices*, ps. 1-34, SAGE Publications, London, 1997.

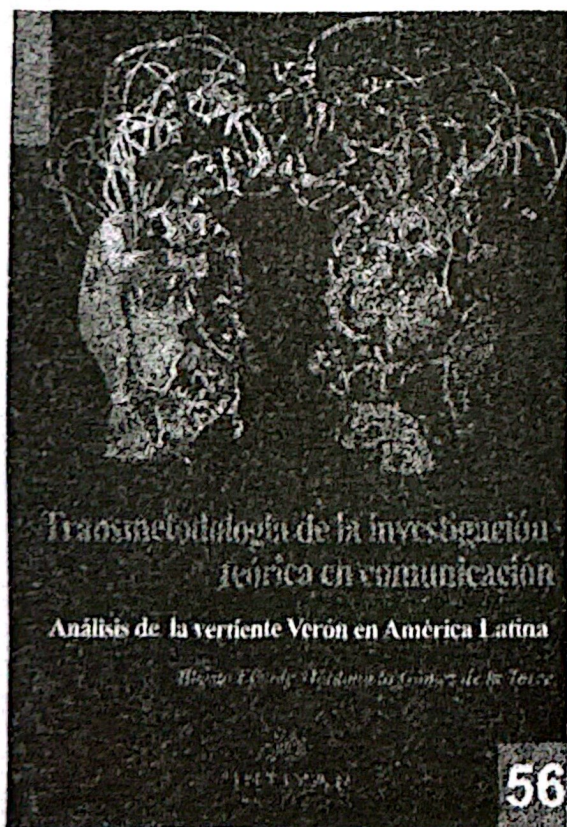


## Reseñas



# Reseña del libro

## Transmetodología de la investigación teórica en comunicación



**T**ras de un libro siempre hay una historia, y éste tiene la suya: *Transmetodología de la investigación teórica en comunicación. Análisis de la vertiente de Verón en América Latina* es el título correspondiente a la versión del portugués *Teorias da Comunicação na América Latina. Enfoques, encontros e apropriações da obra de Verón*; publicación que circuló, principalmente, en Brasil y en ámbitos especializados de América Latina, a inicios del presente siglo (2001).

Mas, es recién a los ocho años que su pensamiento fecundo puede ser difundido en lengua castellana, aunque su traducción se había realizado hace cinco años. El caso —como se puede ver— ilustra bien la realidad de lo que ocurre en países como el nuestro, donde las políticas educativas casi en nada dan respuestas a la dinámica social y, menos aún, a la trascendencia teórico-conceptual de la comunicación como un fenómeno transformador de la interacción y realización humanas, y en un contexto en el cual los medios masivos nos han querido vender la idea de que ellos son “*la comunicación*”.

Hoy, sin embargo, gracias al empeño y compromiso político e intelectual de nuestro compatriota Alberto Efendy Maldonado Gómez de la Torre y a la decisión del Centro Internacional de Estudios Superiores para América Latina (CIESPAL), es posible conocer la propuesta metodológica de la investigación teórica de la comunicación del autor, cuya matriz referencial, amplia y morosamente, transita por los caminos que el maestro Eliseo

Verón ha recorrido en casi medio siglo.

Ese transitar, empero, no es más que una opción, una huella profunda que Efendy Maldonado ha querido explorar más allá del recurso bibliográfico, para encontrar nuevos y prometedores caminos que nos conduzcan a la comprensión epistemológica de la comunicación, cuya complejidad deviene, precisamente, de la multidisciplinariedad inserida en ésta, y que el maestro argentino-francés bien la conocía; de allí, quizás, provengan —entre muchos otros aspectos— sus métodos y presupuestos lógico-formales para examinar temáticas tan proteicas como los discursos sociales; pero sin renunciar jamás a su posición crítica frente a corrientes dominantes como el funcionalismo, o a la osada pretensión de querer teorizar sin un previo acercamiento a la realidad concreta, a la experimentación y observación empíricas, que en la concepción e investigaciones de Verón ocupan un lugar prominente. Como trascendentes han sido, en su momento, sus propuestas transdisciplinares del fértil campo de

la comunicación, a partir de recursos y referentes del estructuralismo antropológico de su maestro Lévi-Strauss, de la psiquiatría social inspirada en Palo Alto, de la semiótica peirceana, de la sociología, de la lingüística...; autores, campos, teorías, metodologías y demás que, en su debida oportunidad, fueron utilizados, confrontados, criticados o abandonados por Verón.

De allí que está fuera de duda la trascendencia teórico-metodológica que representa el pensamiento veroniano para la comprensión de comunicación en América Latina, como bien se puede inferir del estudio sostenido, minucioso, ampliamente documentado que Efendy Maldonado nos ofrece en el presente libro, cuya mayor fortaleza se recrea en la transmitología construida a golpe de una heurística signada por la dialéctica marxista y el rigor científico, que tienen como respaldo una praxis de jornadas intensas de trabajo de campo, de intercambio permanente de experiencias en Brasil y en el exterior, de un quehacer pedagógico propositivo, de una formación acadé-

mica que rebasa el doctorado, de una producción bibliográfica permanente y significativa, de una militancia y compromiso políticos sin tregua.

Al leer y estudiar *Transmetología de la investigación teórica en comunicación. Análisis de la vertiente de Verón en América Latina*, y más aún en nuestro caso particular, al recorrer línea a línea sus contenidos para adaptarlos a la lengua de castilla, uno no puede abstraerse a la realidad de que el libro implica dos autores, al menos, y hasta tres, si nos pusiéramos más exigentes —semióticamente hablando— al optar por aquella tan conocida estructura enunciativa de Umberto Eco, cuando nos remite al *autor* y al *lector modelos* que, finalmente, son los responsables de la producción de sentidos de cualquier texto, y en donde los *autores empíricos* pasan a un segundo plano; pero, sin los cuales, — y aunque suene a paradoja— no sería posible la existencia de este texto.

En efecto, el *autor modelo* constructor del texto que reseñamos, en su discurrir didáctico y sin pausas, con el equilibrio que le

proporciona la compenetración con la obra del maestro argentino-francés y su correspondiente *autor modelo*, no se guarda ninguna crítica, reserva o resquemor académicos, e ideológico, inclusive; pero, al mismo tiempo, con una enorme competencia para apreciar y valorar la plenitud paradigmática de un visionario epistemológico y transdisciplinar de la investigación de la comunicación en América Latina.

La verdad es que, al compenetrarse con este tipo de textos, uno termina por comprender mejor el sentido que los *latinos* le asignaban al vocablo *auctor*, que se refería al general que incorporaba para el imperio una nueva provincia, nuevos territorios y, con ello, las consiguientes estrategias que era menester idear para lograr vencer las dificultades que esa empresa requería. Y, a la vez, se entiende y se proyecta con claridad otro étimo latino emparentado con el primero, *augere*, que en nuestra lengua se traduciría como *añadir, aumentar, hacer progresar*; etimologías decidoras, cuyos efectos hermenéuticos resultan obvios para nuestros lectores.

Pero, puesto que hemos recurrido a este recurso retórico —de tanta eficacia en el discurso educativo—, estimo que no estaría mal, entonces, enunciar, al menos, los más relevantes aspectos que la obra aborda en sus tres capítulos, que cubren trescientas sesenta y seis páginas, en las cuales se incluye una larga y refrescante entrevista realizada por el *autor modelo* al *autor empírico* —Eliseo Verón—; complemento biográfico que nos permite comprender, aún más, la trascendencia del legado veroniano y el itinerario académico y humano del maestro.

Así, en el primer capítulo denominado *Visualizaciones epistemológicas*, se destacan temas como las *operaciones selectivas y combinatorias*, de filiación saussuriana y Jakobsoniana; las denominadas *fundaciones*, asociadas con las nociones de ciencia o la actividad científica, con el discurso científico; la *crítica a la teoría de los actos del lenguaje*, clave en el debate teórico-metodológico de la pragmática; están también temas como la *importancia de la escritura* en la construcción de los objetos científicos, y *el lugar pro-*

*tegado de la semiótica* para pensar la sociedad, que Maldonado considera trascendentes en la obra de Verón, en esta primera parte. El segundo y tercer capítulos: *desplazamientos teóricos y principales propuestas metodológicas*, respectivamente, nos conducen, en efecto, por las trayectorias y desplazamientos teórico-conceptuales del maestro bonaerense; pero, sobre todo, Efendy Maldonado nos va a mostrar la dimensión trascendente del metodólogo paradigmático que es Verón, quien –en la tarea de investigar– no descarta, en lo absoluto, lo obvio y lo trivial, ni tampoco el método descriptivo para situar el objeto empírico; aunque su desencanto frente a la semiología y lingüística estructuralistas no será poco al comprobar que estas celebradas disciplinas no fueron capaces de proporcionar modelos expeditos para analizar casos reales.

Maldonado no deja de aludir elementos claves para mostrar un Verón original, propositivo, transmetodológico; así las concepciones de las gramáticas de la producción y del reconocimiento de

los discursos sociales están ahí, al igual que el “*derrumbe de las fronteras entre el análisis semánticos, sintáctico y pragmático*”, concebido como una ruptura teórico-metodológica importante. Está, por cierto, la inconfundible marca peirciana de lo *indicial, icónico y simbólico* en el modelo y concepciones del discurso social de Verón, extendidos inclusive a las sustancias significantes de la escritura.

Los estudiantes –y los estudiosos también– al recorrer las páginas de la obra, no podrán dejar de advertir las 392 notas –muchas de éstas extensas– que acompañan a los tres capítulos, como muestra de la minuciosidad bibliográfica y el afán didáctico del autor ecuatoriano al ampliar o aclarar los diversos criterios o concepciones que se exponen o se critican.

Así, estamos seguros que esta obra del compatriota –compañero de utopías y concreciones–, que nos permitimos reseñar aquí, llenará un inmenso vacío epistemológico en torno de la comunicación, no sólo en el país que lo vio nacer, sino en la gran nación lati-

noamericana –especialmente hispana-, en donde la producción e investigación comunicacional han germinado y han mostrado al mundo horizontes renovados, como la propuesta que este libro plantea: una epistemología transdisciplinar; alejada del positivismo y la neutralidad; inserta en la historia; científica, crítica, dialéctica, comprometida.

*Transmetodología de la Investigación teórica de la comunicación. Análisis de la vertiente de Verón en América Latina* (obra traducida por Gabriela Pereira Olivo, ex estudiante de la FACSU) –a pesar del retraso con que se publica en lengua castellana- llega a Ecuador en circunstancias que deberían ser cruciales para el país; coyuntura en la cual la función legislativa –la Asamblea Nacional- se encuentra debatiendo, entre

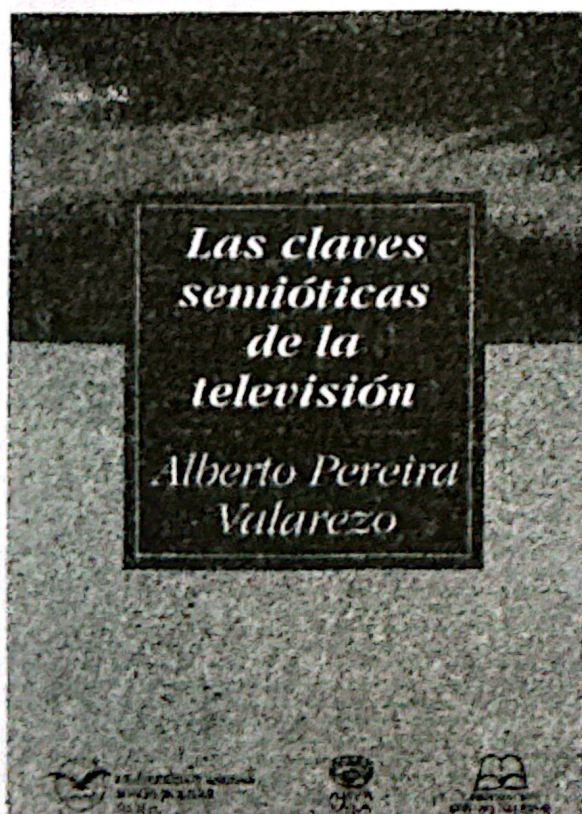
otras, las leyes de Comunicación y de Educación; tiempos propicios para pensar muy seriamente sobre el papel que deben desempeñar estas dos realidades transformadoras: comunicación y educación; instancia generadora en donde la investigación resulta clave y decisiva para optar por trayectorias transmetodológicas, que exploten y proyecten los estudios visionarios de dos maestros de la comunicación latinoamericana: Verón y Maldonado, para así poder elevarnos “... de lo abstracto a lo concreto y definir el sentido de la práctica científica en la perspectiva de la transformación del mundo”, como lo expresa Efendy Maldonado en el prólogo de esta nueva publicación.

Alberto Pereira Valarezo  
Quito, noviembre del 2009.



# Reseña del libro

## Claves semióticas de la televisión



**L**a presente investigación aborda dos aspectos sobresalientes de la realidad mediática de nuestro tiempo: el discurso televisivo y la narrativa audiovisual; omnipresencia que amerita desplegar esfuerzos académicos que den cuenta de su estructura y funcionamiento, pues su incidencia sigue creciendo y proyectándose en medios tan portentosos como la internet, y en otras manifestaciones cotidianas como el videoclip, la publicidad o la misma grabación casera.

El libro se adentra en el discurso televisivo para definir, explicar y esquematizar aspectos como el texto, el género, el programa, el formato y la programación, a la luz de los aportes de autores clásicos y contemporáneos.

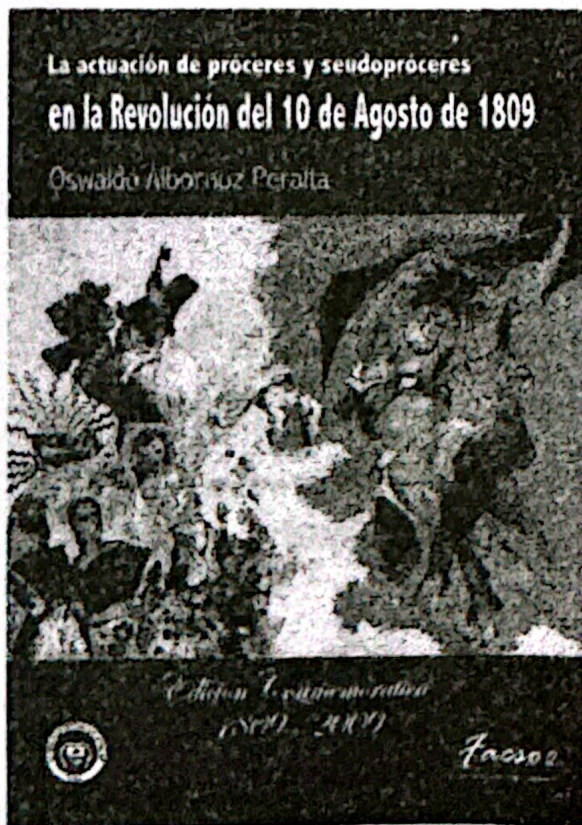
El estudio de la narrativa audiovisual, con base en los principios de la narratología y del cine, también es objeto de análisis, e involucra la más trascendente de esta dimen-

sión enunciativa: el relato, la historia narrativa y la narración, y sus fascinantes implicaciones.

En virtud de su carácter teórico-metodológico, la obra incluye una síntesis conceptual de los temas fundamentales, con acotaciones y claves metalingüísticas, sin olvidar las fuentes y los autores más representativos, lo que allanará el recorrido científico y los afanes hermenéuticos de los lectores y lectoras.

# Reseña del libro

La actuación de próceres y seudopróceres en la Revolución del 10 de Agosto de 1809



Las celebraciones del Bicentenario del 10 de Agosto de 1809 han significado una posibilidad para pensar y reflexionar sobre ese hecho decisivo de nuestra historia, en un momento en el cual en varios países de nuestro continente se plantean y discuten nuevas alternativas de integración.

La actuación de próceres y seudopróceres en la Revolución del 10 de Agosto de 1809, obra inédita del historiador ecuatoriano Oswaldo Albornoz Peralta, es la contribución que la Facultad de

Comunicación Social de la Universidad Central realiza en el marco de la celebración del Bicentenario, como un aporte a la reflexión sobre nuestro pasado.

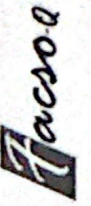
La edición ha sido preparada con el cuidado, cariño y desinterés que caracterizan a César Albornoz, docente de nuestra casa y amigo apreciado.

La historia oficial, la de los vencedores, suprime matices, contradicciones y no reconoce las diferencias. Así como en la noche todos los gatos son pardos, en la historia oficial del

10 de Agosto de 1809, todos los próceres son próceres de verdad; y, por tanto, patriotas sin tacha... de la cabeza a los pies.

Nada mejor que el texto de Oswaldo Albornoz para demostrar, en el marco de un análisis de contexto de los personajes y de su época, que es indispensable develar que, antes como ahora, los intereses específicos de clase, los prejuicios de cuna y el miedo ancestral de los privilegiados a los oprimidos, es el primero y único patriotismo de las clases dominantes.

Seminario internacional



investi-  
gación de  
la comuni-  
cación en  
américa  
latina

17 y 18 de

JULIO

II Encuentro de la red AMLAT - Universidad Central del Ecuador - Auditorio: Pedro Jorge Vera  
Inscripciones: [www.facsooce.info](http://www.facsooce.info) - Teléfonos: 2509 089 - 2522 170





Lévi-Strauss

El extraordinario antropólogo Claude Lévi-Strauss falleció el viernes 30 de octubre del 2009, en París cuando le faltaban unos pocos días para cumplir 101 años. Había nacido en Bruselas, en 1908, de padres judíos franceses y dedicó toda su vida a explicar y explicarse el mundo desde la antropología. No sólo fue la principal figura en el mundo de la etnología a lo largo de la segunda mitad del siglo XX, sino también un extraordinario escritor y un filósofo de primera magnitud.

Desde 1935 a 1939 pasó largas temporadas con los indios del Amazonas, en Brasil, en una zona remota de la selva. Esta experiencia le marcaría, vital y profesionalmente, para toda su vida. Transformó la etnología contemporánea al elaborar un método original que aunaba el estructuralismo y el psicoanálisis a la hora de interpretar los mitos. Éste fue el método usado para estudiar la organización social de los pueblos indios del norte de Brasil y sur de América. Sus primeras obras fueron *La vida familiar y social de los indios Nambikwara* y *Las estructuras elementales de parentesco*. Otras obras cuyas determinantes fueron *El pensamiento Salvaje*, y *Lo crudo y lo cocido*. Sus primeros estudios, realizados en Brasil, entre 1935 y 1939, inspiraron su obra "*Tristes trópicos*" (1955).

En 1973 ingresó en la Academia Francesa. Fue el primer antropólogo que lo hizo. El año pasado, el mundo cultural francés le rindió un homenaje al cumplir 100 años: fueron múltiples los suplementos, los documentales y las exposiciones consagradas a su persona y a su obra.

Formado en leyes y filosofía en La Sorbona, Lévi-Strauss encontró en Jean-Jaques Rousseau la base de su propia obra. La transición de lo animal a los humano, desde el estado de naturaleza hasta el de parentesco y el mito.